



RECULL DE PREMSA

24/01/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
24/01/14	ABC RECORTA A «EL MUNDO» MÁS DE UN 70% DE DISTANCIA EN SOLO UN AÑO / ABC (EDICION NACIONAL)	4	1
24/01/14	QÜESTIONARI A... SARA GONZÁLEZ, PERIODISTA ¿SÓC MOLT SINCERA, POTSER MASSA" / EL 9 NOU (VALLES ORIENTAL)	5	1
24/01/14	EL PAPA Y LOS PERIODISTAS, POR MANUEL MARÍA BRU ALONSO / ABC (EDICION CATALUÑA)	6	1
24/01/14	AUTORREGULACIÓN NO VE PERJUDICIALES LAS CORRIDAS DE TOROS PARA LA INFANCIA / LA RAZON	7	1
24/01/14	EL CGPJ CIERRA FILAS CON LOS JUECES Y LES PROMETE AMPARO ANTE LA PRENSA / ABC (EDICION NACIONAL)	8	1
24/01/14	LA EPIDEMIA DE FACEBOOK / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	9	1
24/01/14	EL PERIÓDICO, L'ÚNIC QUE VA TANCAR EL 2013 A L'ALÇA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	10	1
24/01/14	MEDIAPRO GANA UN CONTRATO MUNICIPAL POR 15 MILLONES / EXPANSION (CATALUÑA)	11	1
24/01/14	EN LA MUERTE DE DOS PERIODISTAS: Manu Leguineche e Ignasi Pujol / EXPANSION (CATALUÑA)	12	1
24/01/14	EL MUNDO+ORBYT, EL PERIÓDICO NACIONAL QUE MEJOR SE COMPORTÓ EN LOS QUIOSCOS EN 2013 / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	13	1
24/01/14	MÉXICO TRAVEL CHANNEL LLEGA A CANAL + / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	14	1
24/01/14	LA INVERSIÓ PUBLICITÀRIA ES REDUEIX ALAMEITAT I CAU AL NIVELL DEL 1995 / ARA	15	1
24/01/14	EL DEBAT DE LA NEUTRALITAT DE LA XARXA / ARA	16	1
24/01/14	ABSUELTA «ÉPOCA» DEL DELITO DE INJURIAS CONTRA JAIME DE MARICHALAR / ABC (EDICION NACIONAL)	17	1
24/01/14	MEDIAPRO VENDE TRES CANALES DE TV EN EEUU / EXPANSION	18	1
24/01/14	EL 2014, L'ANY DE LA TELEVISIÓ CONNECTADA / EL PUNT AVUI	19	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





ABC recorta a «El Mundo» más de un 70% de distancia en solo un año

► En la Comunidad de Madrid la diferencia se redujo en un 80%, hasta 2.500 ejemplares

ABC MADRID

La apuesta por la calidad informativa y la innovación continua, así como la fidelidad a los principios con los que se fundó ABC hace ya 111 años, han obtenido el reconocimiento de los lectores a lo largo del último año. Nuestro diario cerró 2013 recortando las diferencias con «El Mundo» en más de 34.000 ejemplares de venta ordinaria (la suma de la venta en los quioscos y las suscripciones individuales, por tanto la de mayor calidad) desde el comienzo de año, según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) correspondientes al pasado mes de diciembre, pendientes de certificación.

De una distancia entre ambas cabeceras de 47.388 ejemplares en el mes de enero se pasó al final de diciembre a tan solo 13.212. Esto supone que ABC logró reducir la distancia con «El Mundo» en algo más del 72% a lo largo de 2013, un año de especiales dificultades para el sector de la prensa escrita.

El acortamiento de las diferencias es aún mayor en el caso del competitivo mercado madrileño. En esta comunidad autónoma, donde ABC cuenta con su mayor número de lectores, nuestro periódico redujo las diferencias en 10.780 ejemplares de venta ordinaria, siempre según los últimos datos proporcionados por la OJD. Las 13.342 copias que separaban a ABC y a «El Mundo» en enero de 2013, pasaron a ser de solo 2.562 a final de enero. Es decir, la distancia entre ambos diarios se redujo en un 80% en la comunidad autónoma que alberga la capital de España.

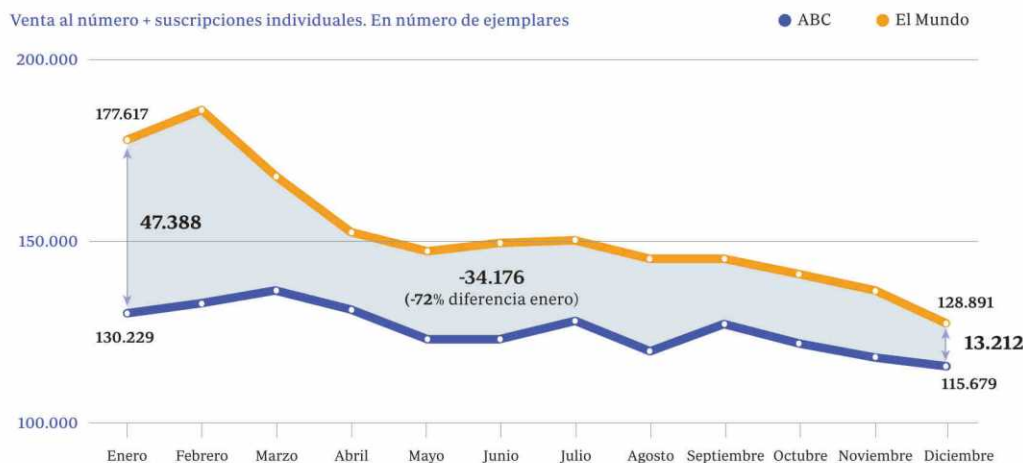
Venta en el quiosco

Además, en su clara apuesta por la difusión rentable, ABC ha sido el gran diario nacional que mejor se ha comportado durante el ejercicio 2013 en la venta al número (la venta de ejemplares en los quioscos).

Si se compara el mes de diciembre del pasado año con el de enero, «El País» registró un descenso del 16,9%, con una pérdida de 32.921 ejemplares, mientras que para «El Mundo», la caída fue todavía más severa, dejándose en el camino casi un 30% de su venta de ejemplares durante el año. En concreto, perdió un 29,7%, esto es, en diciembre de 2013 registró 46.726 ejemplares menos que en enero. Frente a estas fuertes caídas de sus principales competidores, la variación de ABC fue de un -11,2%, o lo que es lo mismo, 11.570 ejemplares.

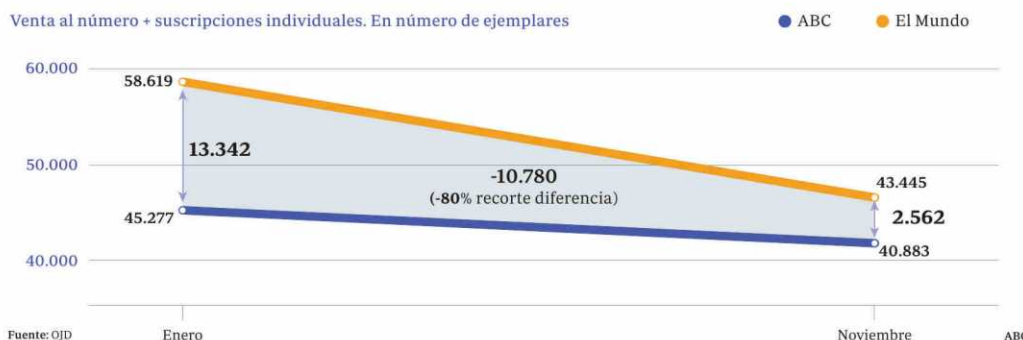
Evolución de las ventas de enero a diciembre

Venta al número + suscripciones individuales. En número de ejemplares



Ventas en Madrid

Venta al número + suscripciones individuales. En número de ejemplares



ABC.es también es el medio online más pujante: creció un 19% en 2013 y su competencia se estanca

ABC MADRID

ABC es el medio de comunicación que demuestra mayor pujanza, también en internet. Se consolida como el periódico online con mayor capacidad de atraer nuevos lectores. ABC.es sites cerró 2013 con una espectacular subida de audiencia del 19,3% respecto al año anterior, según los datos de comScore, medidor de referencia en el mercado. Sus dos directos competidores, en cambio, se estancan. El Mundo.es sites mejoró un 3,3% el ejercicio pasado y El País sites, un 0,8%.

Solo en el mes de diciembre de 2013, un total de 6.362.000 usuarios distintos consultaron la edición digital de ABC. En marzo de 2012, fecha desde la que se dispone de datos unificados de comScore, eran 4.544.000. En apenas veinte meses, por tanto, la web de este diario ha sumado 1.818.000 nuevos lectores, mientras El País sites ha perdido 408.000 y El Mundo Sites ha ganado solo 154.000.



Dispuesto a continuar con su progresión, ABC.es ha empezado 2014 con el relanzamiento, esta misma semana, de los portales HOY CINEMA (www.hoycinema.abc.es) y LA GUÍA TV (www.laguia.abc.es). Contenidos variados, permanentemente actuali-

zados y de calidad, presentados con un llamativo diseño y una innovadora experiencia de navegación: son las principales bazas de los dos renovados canales de ABC, llamados a convertirse en la referencia informativa del séptimo arte y la televisión.



QÜESTIONARI A... Sara González, periodista

Sóc molt sincera, potser massa

a periodista de Sant Celoni reconeix que és una gran ambaixadora del seu poble

Sant Celoni**Tres cançons per posar a l'MP3.***Creep*, de Radiohead; *Imagine*, de John Lennon, i *Ningú ens mourà d'aquí*, de Sau. M'heu enganxat melòdica.**Una pel·lícula.***E.T.* Durant molt de temps vaig creure que seria possible trobar un extraterrestre al meu armari.**Un llibre.***Victus*, de Sánchez Piñol.**Un restaurant.**

El Rebot, de Sant Celoni. Bo de veritat.

Li agrada cuinar?

Sí, sobretot pastissos. Tot i que de tant en tant em surt algun nyap.

Un plat.

Calçots amb romesco, que ara n'és època.

Una beguda.

Com l'aigua no hi ha res. Ni tan sols m'agraden les begudes amb gas.

On ha passat les últimes vacances.

En un creuer per les illes gregues, Dubrovnik i Istanbul.

Té previst fer algun viatge?

Sí, abans de l'abril tinc un viatge pendent a Madrid.

Un lloc o un racó on perdre's de la comarca, que no sigui el Montseny.

Ja que se'm veta el Montseny... La ruta que va fins el dolmen de Vallgorguina (ho sento, sempre escombro cap al Baix Montseny).

I de Catalunya?

Cadaqués em té el cor robat. Però sentir Catalunya als teus peus des de la Pica d'Estats, després de molt d'esforç, també ho recomanaria almenys un cop a la vida.

I del món?

A Oia, a l'illa de Santorini (Grècia).

On no portaria mai ningú?

A un centre comercial el primer dia de rebaixes. Jo ho suport, però admeto que és horrible.

Amb quin alcalde de la comarca se n'aniria a sopar?

Amb Josep Mayoral, segur que en aquests moments té coses molt interessants per explicar. Alcalde, espero la seva trucada eh?

Última obra de teatre que ha vist. On?*La família irreal*, al Teatre Victòria de Barcelona.**Què és l'últim que ha fet, anar al cinema o llogar una pel·lícula de vídeo o DVD?**

Anar al cinema.

Quina pel·lícula era?*El Hòbbi*.**Un programa o sèrie de TV.**

FAMON FERRELLS

Entre el periodisme i la literatura**EL 9 NOU**

Sara González (Sant Celoni, 1985), després d'estudiar el Batxillerat tecnològic (inicialment volia ser arquitecta), va decidir estudiar Periodisme a la UAB. Als 19 anys va fer els primers assajos de periodista a la ràdio de Sant Celoni i poc després va assumir la corresponsalia del Baix Montseny a EL 9 NOU. El 2007 va començar a col·laborar a

El Periódico, on després va ser redactora. El novembre del 2010 va fer el canvi a l'*Ara*, on és redactora de Política. En l'àmbit literari ha guanyat el concurs nacional de redacció de Coca-Cola, els premis de poesia i narrativa per a joves de Sant Celoni, i el segon premi Montserrat Roig de la Biblioteca de Martorelles. Amb Imma Subirà ha fet dues exposicions. La darrera, *Perdre els papers*, l'han presentat a Sant Celoni, i al febrer es podrà veure a Igualada.**Més enllà del Telenotícies?**
Doncs *Polònia* m'encanta. I *Veterinària*.**I de la ràdio?**
El Matí, de Catalunya Ràdio.**Un lloc per viure.**

Sant Celoni, òbviament. Qui em coneix sap que sóc una gran ambaixadora del meu poble. Però també estaria encantada de viure a Ciutadella (Menorca) o Donosti.

Coneix algun grup de música de la comarca?

Molts, però diré Els Catarres, tot i que ja han sobrepasat de carrer la comarca.

Ha votat en les últimes eleccions? Per qui?

Shhhh! El vot és secret! Escric informació política diàriament, les meves preferències han de quedar-ne al marge. L'últim regal que li han fet?

Unes botes d'aigua. Per no mullar-me (com a la pregunta anterior).

A quina hora acostuma a llevar-se al matí?

A 2/4 de 8. Sóc molt matinera, també els caps de setmana.

És partidària de les migdiades?

No, gens. Ja us dic que no sóc gens dormilega.

Quin fons d'escriptori té a**L'ordinador?**

Una foto de pedretes de riu en tons grisos.

Escull una paraula que li agradi (pel so, significat...).

Pampallugues.

Quin cotxe té?

Un Ford Focus del 2001, però els cotxes i jo no som gaire amics.

L'última vegada que ha anat a missa?

Per un bateig del fill d'un molt bon amic.

Un projecte immediat.

Tan immediat com sigui possible, tinc pendent un projecte compartit que passa per escriure un text literari sobre una història celonina.

Un insult.

Tros d'ase! Per dir-ne un de fi...

Una floreta.

Ets un sol.

Una olor.

Menta fresca.

Un ritual diari.

Treure el gos a passejar, un bòxer de 35 quilos (alguns dirien que és ell qui em treu a mi). És el primer que faig quan em llevo al matí.

Una mania.

Arrufar el front mentre penso.

Un personatge històric

Albert Einstein. Hi tinc especial simpatia perquè vaig néixer el 14 de març, com ell.

Qui li agradaria ser?

Ningú en concret. M'està bé ser qui sóc mentre sàpiga i pugui ser feliç amb aquells qui estimo.

Un hobby.

Nedar, és el que més em relaxa. A més d'escriure, que és feina i oci a la vegada.

Un lema.

Si vols anar ben servit, fes-te tu mateix el lit.

Què li treu de polleguera?

La gent que menteix compulsivament.

Què canviaria del seu cos?

Segurament moltes coses, però posats a ser pràctics, no podria tenir els cabells llisos i evitar inventir tant de temps en pentinar-me?

Una expressió molt usada.

"Quin gran pollastre" (quan segueixes l'actualitat política).

Per què o per qui diria una mentida?

Sóc molt sincera (de vegades potser massa).

Què li fa riure? I plorar?

Veure que un altre riu. Només començar a tallar una ceba, ja ploro.

El seu pitjor malson?

Perdre'm moments importants de la vida.

Què té a la tauleta de nit?

Una capsa amb arracades, els telèfons.

Divendres, 24 de gener de 2014



TRIBUNA ABIERTA

EL PAPA Y LOS PERIODISTAS

POR MANUEL MARÍA
BRU ALONSO

«En el único discurso a los periodistas de Juan Pablo I recordó que no hay comunicación sin comunicabilidad, y no hay comunicabilidad sin empatía. Si la primera es una capacidad a desarrollar, la segunda es un valor a implementar en la vida del periodista»

SAN Francisco de Sales (1567-1622), evidentemente, no fue periodista. Si es el patrono de los periodistas no fue por su buen ejercicio del ministerio episcopal, o por fundar, junto a Santa Juana Francisca de Chantal, la Orden de la Visitación. Sino más bien porque este doctor de la Iglesia, en el contexto de la contra-reforma, ideó todo tipo de medios –como las octavillas que repartía de noche por las casas– para la divulgativa respuesta apologética a las controversias de la fe. De tal suerte que, cuando en 1923 Pío XI le otorgó este patronazgo, vio en él un ejemplo a seguir por parte de los escritores y periodistas, en el contexto del apoyo a la llamada «buena prensa». A partir de esta designación la Iglesia vio en el periodismo una valiosísima vocación.

Para el beato Juan XXIII el periodista estaba llamado a ser *arma veritatis*, *arma honestitatis* y *arma caritatis*. Lo que requiere una profunda preparación, porque «un periodista no se improvisa». «Reflexionad –les decía en 1960–: el periodista necesita la delicadeza del médico, la facilidad del literato, la perspicacia del jurista, el sentido de responsabilidad del educador (...). Es necesario conocer el modo y las técnicas de la información (...) para que se afine la sensibilidad y se posea el arte de saber escoger, entresacar y revestir las noticias».

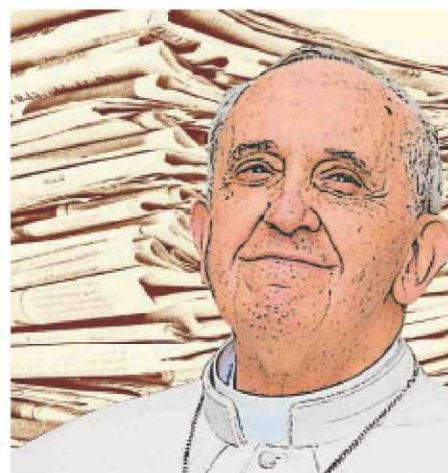
Pablo VI, hijo de periodista, les decía en 1963: «Lo mismo que el sacerdote, vosotros estáis al servicio de la verdad; como él, sois para los demás, no para vosotros mismos. Vocación de servicio, con todo lo que lleva consigo de sacrificio, de fecundidad también, de grandeza y de belleza». Al periodista se le pide, decía en 1967, amor y simpatía por el pueblo, «no el amor de su aplauso (que puede envanecer); no el amor de su favor (que puede envilecer), sino el amor de su bien». No en balde, «cuando vosotros, escritores y artistas, sabéis sacar de las vicisitudes humanas, por humildes y tristes que sean, un acento de bondad, súbitamente un rayo de belleza inunda vuestra obra. No se os pide que os convirtáis en moralistas de una tesis fija, sino que se pone confianza en vuestra habilidad de hacer entrever el campo de luz que hay tras el misterio de la vida humana».

En el único discurso a los periodistas de su brevisísimo pontificado, Juan Pablo I recordó que no hay comunicación sin comunicabilidad, y no hay comunicabilidad sin empatía. Si la primera es una capacidad a desarrollar, la segunda es un valor a implementar en la vida del periodista.

Para el beato Juan Pablo II este «impulso fuertemente interior, que podríamos llamar vocación», se canaliza en la corriente de un *ministerium*, de un ser-

vicio –como se dice en el argot también de algunas prestaciones periodísticas– constantemente anclado en los criterios de la veracidad, objetividad y claridad» (1983). Ratificado por él, el documento de la Santa Sede «Ética en las comunicaciones sociales» (2000) dice que el periodista está llamado a «clamar contra los falsos dioses e ídolos de nuestro tiempo –el materialismo, el hedonismo, el consumismo, el nacionalismo extremo y otros–, ofreciendo a todos un cuerpo de verdades morales basadas en la dignidad y los derechos humanos, la opción preferencial por los pobres, el destino universal de los bienes, el amor a los enemigos y el respeto incondicional a toda vida humana».

Benedicto XVI, consciente de que «es necesario una *info-ética*, así como existe la *bio-ética* en el campo de la medicina y de la investigación científica», proponía en el año 2008 «la búsqueda y la presentación de la verdad sobre el hombre» como «la vocación más alta de la comunicación social», tarea confiada no sólo a los profesionales de la comunicación, sino a todos, «porque en esta época de globalización todos somos



PIEDRA

usuarios y a la vez operadores de comunicaciones sociales».

Y el Papa Francisco, en su primer discurso ante los medios, apuntó que al periodista se le pide «estudio, sensibilidad y experiencia, como en tantas otras profesiones, pero implica una atención especial respecto a la verdad, la bondad y la belleza». En una conferencia bajo el sugestivo título «Comunicador: ¿quién es tu prójimo?» (2002) ya había explicado Jorge Mario Bergoglio que «así como a nivel ético, aproximarse bien es aproximarse para ayudar y no para lastimar, y a nivel de la verdad, aproximarse bien implica transmitir información veraz, a nivel estético, aproximarse bien es comunicar la integridad de una realidad, de manera armónica y con claridad».

Un legado inmenso, el de los Papas de la «sociedad de la información», que nos recuerda que, como nos enseña San Francisco de Sales, el pan de la verdad, aunque escrita en una arrugada octavilla, merece el mismo beso sagrado que el pan de los pobres.

MANUEL MARÍA BRU ALONSO ES PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN CRÓNICA BLANCA. SACERDOTE Y PERIODISTA



Autorregulación no ve perjudiciales las corridas de toros para la infancia

Industria archiva la denuncia a TVE por emitir las en horario protegido



Imagen de El Juli en la corrida que se celebró en Valladolid en 2012 y que emitió RTVE

C. García - Madrid

Vía libre definitiva para retransmitir corridas de toros en horario infantil. La secretaria de Estado de Telecomunicaciones, dependiente del ministerio de Industria, ha archivado la denuncia que el Partido Animalista (Pacma) interpuso contra TVE por emitir corridas de toros en horario infantil. Lo confirmó ayer el presidente de la corporación, Leopoldo González-Echenique, que además recordó que el Código de Autorregulación de las televisiones dicta que la emisión de corridas de toros en horario infantil «no perjudica» a este sector. González-Echenique respondía así al senador de Entesa Catalana, Josep Maldonado, que le inquirió sobre si retransmitir eventos de la Fiesta Nacional podría ser perjudicial para el desarrollo de los más jóvenes.

«En RTVE se respeta escrupulosamente el Código de Autorregulación de contenidos televisivos e infancia. Las autoridades encargadas de su supervisión tuvieron un pronunciamiento expreso y señalaron que las corridas de toros no perjudican a la infancia», señaló el máximo responsable de la corporación, según recoge Europa Press. También recordó que ya en 2012, ya se consideró «ade-

cuada» la clasificación, actualmente vigente, para mayores de siete años que se dio para la retransmisión de toros.

Ante la opinión del senador de Entesa Catalana, que tacha que la fiesta nacional «puede tratar con naturalidad el maltrato animal y su muerte», González-Echenique afirmó que las corridas de toros son un «espectáculo cultural que debe ser tratado con normalidad dentro de la programación». Para fundamentarlo, recordó que el interés cultural por la tauromaquia ha encontrado una de sus máximas expresiones al ser protegido como bien de interés cultural en muchas comunidades autónomas —entre ellas Madrid— y subrayó que más recientemente, en noviembre de 2013 se aprobó la proposición de ley para la regulación de la fiesta de los toros como patrimonio cultural.

RTVE retransmite las corridas de toros por su «estricta realidad». Manifestó González-Echenique, que tampoco obvió criterios de audiencia para incluirlas en la parrilla, también afirmó que su emisión también responde a un interés por parte del espectador. La última corrida logró reunir frente a la pequeña pantalla a más de un millón de espectadores «cuatro puntos más que el domingo anterior a la misma hora». «El pasado uno de septiembre, TVE reemprendió la temporada con una retransmisión desde Mérida con el firme propósito de tratarla con naturalidad», subrayó González-Echenique.

Eliminación en el libro de estilo

Tras desaparecer de la programación de RTVE en 2006, el Consejo de Administración de la corporación aprobó en noviembre de 2012 la eliminación del artículo recogido en su libro de estilo por el cual se prohibía la emisión de las corridas de toros. La decisión de suspender ese veto fue apoyada por la mayoría de los consejeros. Los dos nombrados a propuesta del PSOE se abstuvieron y sólo el representante de ERC votó en contra. En septiembre del mismo año retransmitió una corrida de la Feria de Valladolid, que tuvo una audiencia media de 1.157.000 espectadores y un 12,7 por ciento del «share».

LOS VALORES DEL TOREO, EN LAS AZORES

La tercera edición del Fórum Mundial de la Cultura Taurina, que se celebra a partir de hoy y hasta el domingo en Isla Terceira (Azores), congrega a 50 personalidades del mundo de la tauromaquia para reflexionar sobre los valores de la Fiesta, informa Patricia Navarro. La

primera jornada se dedicará al análisis de los valores ecológicos, culturales e integradores de la tauromaquia y participarán profesionales de distintos puntos del mapa, desde España y Portugal a Ecuador. La economía y la solidaridad marcarán la mañana del sábado y por la tarde participarán los matadores que salieron de la Escuela Taurina de Madrid, El Fundi, El Bote y Cristina Sánchez después de la proyección de la película «Tú solo». Juan Carlos Gil y la cantaora María Laura Vital pondrán la parte flamenca. Para cerrar el ciclo se cuenta con la presencia de la doctora de la Sorbona de París Araceli Guillaume, el filósofo Francis Wolff y el médico y presidente de la fundación José Tomás, Rogelio Pérez Cano.



EFE

Seis expresidentes del TC, condecorados

El ministro de Justicia impuso ayer la Gran Cruz de la Orden de San Raimundo de Peñafort, la máxima condecoración de carácter jurídico, a los expresiden-

tes del Tribunal Constitucional Miguel Rodríguez-Piñero, Álvaro Rodríguez-Bereijo, Manuel Jiménez de Parga, Pedro Cruz Villalón, María Emilia Casas y Pascual Sala.

El CGPJ cierra filas con los jueces y les promete amparo ante la prensa

► Dedicar su primera declaración a combatir la crítica de los medios a la carrera judicial

NATI VILLANUEVA
MADRID

No fue la primera reunión del nuevo Consejo General del Poder Judicial (CGPJ), pero la que salió de la Comisión Permanente de ayer sí fue la pri-

mera declaración institucional del órgano de gobierno de los jueces. Los vocales han dedicado su primera «comunicación» pública a la defensa de los jueces y a criticar los «burdos» intentos, por parte de los medios de comunicación, de intentar influir en los magistrados. Este ofrecimiento de amparo, que se interpreta como un guiño a la carrera, dividida tras la reforma de Gallardón del CGPJ, se erige como una de las prioridades del Consejo en este mes y medio de andadura.

En la declaración institucional se

asegura que el CGPJ «amparará expresamente» a todos los miembros de la carrera que lo demanden «frente a actuaciones o críticas injustificadas» y que, en cualquier caso, «apoyará de manera expresa en el ejercicio de sus cometidos» a los jueces y magistrados.

El texto consensuado no cita expresamente a ningún juez, aunque sobre esta declaración de intenciones sobrevuela el nombre de José Castro, el titular del Juzgado de Instrucción número 3 de Palma de Mallorca, cuyo amparo han solicitado en los últimos días

varias asociaciones de jueces por las críticas que se han vertido contra él tras la imputación de la Infanta Cristina. En el comunicado se recuerda que el ejercicio del poder jurisdiccional está, como todos los demás, sometido a la crítica pública, pero «bajo el amparo de la libertad de expresión no pueden justificarse actuaciones que pretendan influir de manera burda, denigrar injustamente o poner en entredicho con argumentos groseros la imparcialidad o independencia» de los jueces y magistrados.

El Consejo recuerda que en un Estado democrático de Derecho, los jueces y magistrados, como titulares del Poder Judicial, «asumen la decisiva e indispensable labor de proteger y garantizar los derechos y libertades en condiciones de independencia, imparcialidad y responsabilidad, constituyendo precisamente el ejercicio independiente, imparcial y responsable de la jurisdicción su fuente de legitimidad democrática».

«Jueces y juezas»

El texto utiliza la fórmula juez/za y magistrado/da después de que hace unos días tres magistradas del Supremo remitieran una carta al presidente de este órgano, Carlos Lesmes, excompañero suyo en la Sala Tercera, quejándose de que en una misiva se había dirigido a los miembros del tribunal utilizando únicamente la fórmula en masculino.

La Comisión Permanente del Consejo (formada por cinco vocales más el presidente) asegura que «la confianza pública de que los jueces y magistrados puedan efectivamente desarrollar sus cometidos conforme a las exigencias de la Constitución, es un objetivo merecedor de la máxima protección, y justifica los numerosos pronunciamientos del Tribunal Europeo de Derechos Humanos y del Tribunal Constitucional reclamando de todos los agentes públicos y de la ciudadanía en general, el necesario respeto a la actuación de los órganos judiciales».



CIBERP@IS

La epidemia de Facebook

Científicos de la Universidad de Princeton predicen el declive de la red social en tres años con análisis aplicados al contagio de enfermedades

JAVIER MARTÍN
Madrid

¿En qué se parece la gripe a una red social? En que ambas se expanden como un estornudo, de boca en boca.

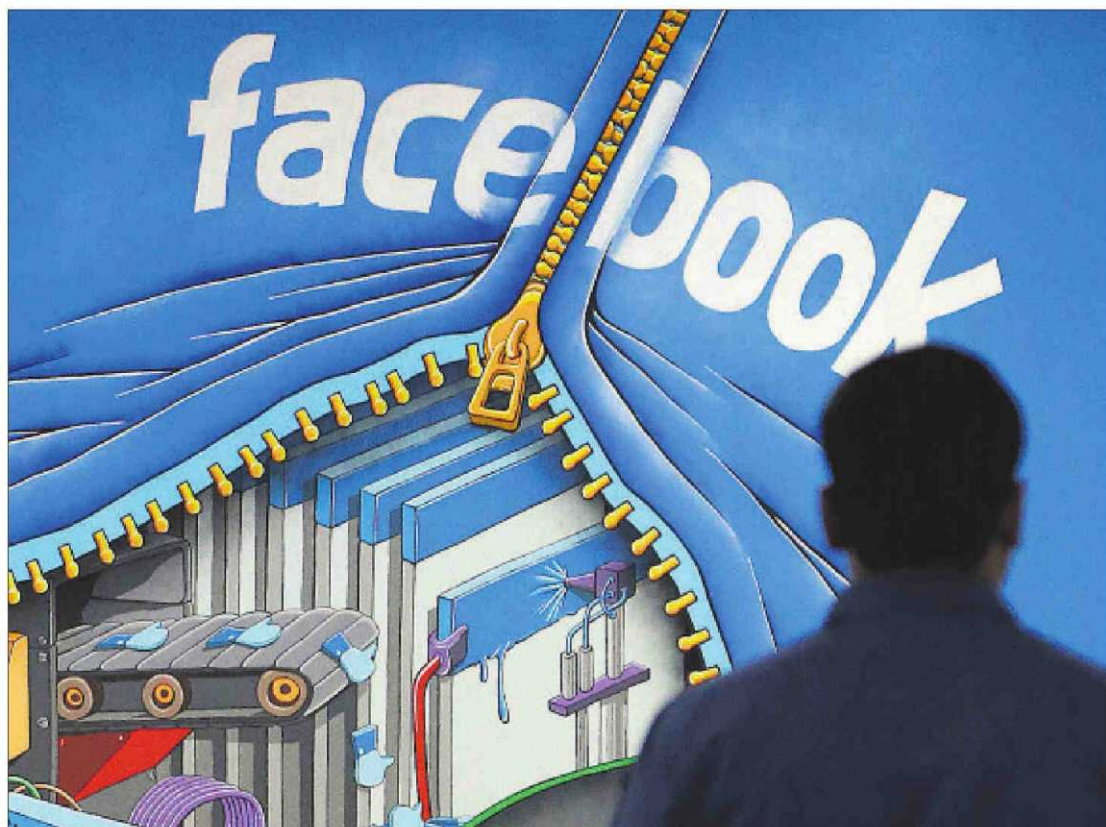
Así lo creen a pie juntillas John Cannarella y Joshua A. Spechler, investigadores del Departamento de Mecánica e Ingeniería Espacial de la Universidad de Princeton (EE UU), autores del estudio *Modelo epidemiológico en la dinámica de las redes sociales*.

Cannarella y Spechler concluyen en su ensayo que Facebook perderá el 80% de sus actuales usuarios. Para llegar a esa audaz conclusión (en la actualidad tiene la red social 1.200 millones de usuarios), los investigadores no se apoyan en encuestas de tráfico al uso de los tradicionales medidores, sino en la dinámica de nacimiento, expansión y desaparición de enfermedades infecciosas, como la gripe. Para ello, han empleado la actual herramienta Google Trends que registra, por ejemplo, la expansión de la gripe por el mundo en función de las búsquedas relacionadas con ese tema.

Con el *Modelo epidemiológico en la dinámica de las redes sociales* se trata de explicar y de prever el rápido crecimiento de las redes sociales, así como su no menos rápido declive.

El ejemplo perfecto que se toma es MySpace porque ha vivido su recorrido completo. Nacida en 2003, cuatro años después estaba valorada en 8.000 millones de euros y tenía a 300 millones de usuarios. Rupert Murdoch la compró en 2005 por 424 millones de euros, pero la tuvo que vender seis años después por 25 millones en plena pérdida de popularidad.

Según la analogía infección-red social, Facebook habría al-



Sede de Facebook en Menlo Park. / AP

En cuatro años, MySpace pasó de valer 8.000 millones a solo 25

canzado su pico en 2012 y a partir de entonces ha tenido un descenso, concretamente del 20% en diciembre de 2013. Y para justificarlo, la investigación se basa en las búsquedas a través de Google, buscador mayoritario en el mundo. Siguiendo sus paralelismos de curvas de crecimiento y caída, los dos investigadores auguran que entre 2015 y 2017 Facebook habrá perdido el 80% de sus actuales usuarios, que son unos 1.150 millones, es decir, que solo

tendría unos 230 millones de abonados, porque la gente se vuelve inmune al boca a boca, bien porque ya contrajo la red social, bien porque ya ha pillado otra.

No son los primeros que auguran el descenso de Facebook, entre otras cosas porque los datos recientes de su tráfico así lo señalan, pero sí son los primeros que cuantifican el descenso en fecha y porcentajes, y además en cifras tan desorbitantes. Sin ir más lejos, hace unos días el GlobalWebIndex señaló que en el último trimestre Facebook había perdido un 3% de usuarios, aunque le quitó importancia porque sigue siendo líder mundial por usuarios y por actividad en todas y cada una de las zonas del mundo.

El mismo Facebook ha reconocido un descenso de visitas entre

los menores de 24 años por lo que intenta reclutarlos a través de servicios que ellos emplean, como fue el caso de Instagram, que compró, o la red SnapChat de autoeliminación de mensajes en segundos, por la que ofreció 3.000 millones de dólares (2.200 millones de euros), sin éxito.

El estudio de John Cannarella y Joshua A. Spechler tiene, sin embargo, el defecto de fiarlo todo a las búsquedas de Facebook a través de Google, cuando ya la mitad de las visitas a esta red social se realizan desde aparatos móviles con su aplicación. En cualquier caso, bastará esperar a final de año para comprobar si cae ese 20% o un poco más para comprobar si en tres años Facebook es una red para abuelos.



LA SITUACIÓ DE LA PREMSA

EL PERIÓDICO, l'únic que va tancar el 2013 a l'alça

► La difusió del diari va créixer al desembre el 6,3% i va arribar als 103.586 exemplars

► La capçalera va elevar les vendes el 7,9% i va ampliar el lideratge al quiosc català

l'últim mes de l'any passat. *El Mundo* la segueix en la intensitat de la caiguda, amb un 18,3%.

UN AVANTATGE MÉS GRAN // Les xifres facilitades ahir per l'organisme que certifica les vendes dels principals mitjans d'informació escrita revaliden el lideratge d'EL PERIÓDICO als quioscos, amb 62.968 exemplars, després d'experimentar un creixement del 7,9% al desembre. Aquesta pujada permet ampliar l'avantatge que el diari treu al segon classificat català, *La Vanguardia*, que només avança el 3,1% respecte al novembre, amb 42.141 exemplars venuts. La diferència és ara de 20.827 exemplars, quan era de 13.436 en l'últim informe d'OJD auditat. *La Vanguardia* registrava llavors unes vendes al número de 53.017, per 66.453 exemplars d'EL PERIÓDICO.

La capçalera del Grup Godó també s'anota en aquest apartat el descens més important respecte al desembre del 2012: les seves vendes al quiosc han caigut des del desembre del 2012 un 22%. EL PERIÓDICO, en canvi, treu millor nota que els seus competidors. El retrocés mitjà al quiosc està en el 13,5%; el del diari supera tímidament el 8%.

EL PERIÓDICO BARCELONA

any no podia acabar millor per a EL PERIÓDICO. El diari del Grup Zeta és l'únic gran rotatiu que va augmentar la seva difusió al mes de desembre, segons assenyalen les dades avançades ahir per l'OJD. EL PERIÓDICO es va apuntar un creixement del 6,3% en relació amb el mes de novembre, fins a arribar als 103.586 exemplars. Les vendes al quiosc, amb una pujada del 7,9%, són les que més van fer augmentar la difusió, en un moment en què la crisi econòmica i política que viu el país demana, més que mai, un periodisme compromès amb la veritat i lliure de servituds.

El creixement d'EL PERIÓDICO que reflecteixen les dades pendents d'auditar de l'Oficina de Justificació de la Difusió contrasta amb els descensos que registren la resta de grans capçaleres. Des del retrocés de

l'11,9% que s'apunta *La Vanguardia* fins a la caiguda del 2,7% d'*Abc*, tots els diaris importants pinten de vermell el mes de desembre. *La Vanguardia* va tancar aquest mes amb una difusió de 128.022 exemplars, quan entre el juliol del 2012 i el juny del 2013 -últimes dades auditades per l'OJD- era de 164.784. Les xifres d'EL PERIÓDICO, en canvi, demostren una gran estabilitat: 103.586 exemplars al desembre davant els 104.639 de l'últim període certificat.

Amb 613.000 lectors diaris segons l'EGM, aquest diari també presenta la millor cara de tot el sector en la comparativa interanual. La difusió de les principals capçaleres cau de mitjana el 12,7% respecte a la dada del desembre del 2012, mentre que EL PERIÓDICO registra un lleu retrocés del 2,1%. La caiguda més important correspon a l'experimentada per *La Vanguardia*, que reula el 21,5%, passant de 163.113 exemplars el desembre del 2012 a 128.022

SITUACIÓ DE LA PREMSA A ESPANYA

EVOLUCIÓ DE LA DIFUSIÓ

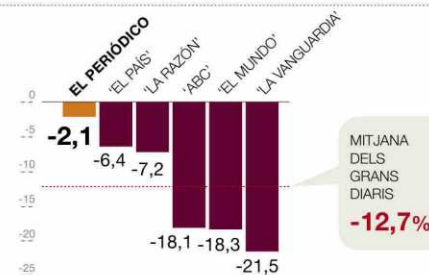
En un mes

Desembre del 2013 respecte al novembre del 2013. En %



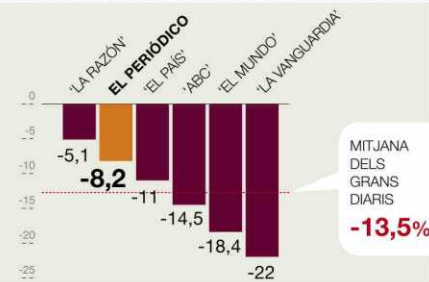
En un any

Desembre del 2013 respecte al desembre del 2012. En %



EVOLUCIÓ DE LES VENDES AL QUIOSC

Desembre del 2013 respecte al desembre del 2012. En %



Font: OJD



Mediapro gana un contrato municipal por 15 millones

BARCELONA/ La filial del grupo de comunicación, Unitecnic, se adjudica el primer lote del centro de procesamiento de datos del Ayuntamiento.

T. Díaz. Barcelona

El Ayuntamiento de Barcelona elige a sus proveedores tecnológicos. La filial de Mediapro, Unitecnic, se ha adjudicado el contrato del primer lote del centro de procesamiento de datos (CPD) por 15,18 millones de euros durante cuatro años, con posibilidad de prorrogarlo dos años más. Este contrato forma parte del concurso público, que el ejecutivo de Xavier Trias lanzó en septiembre, para gestionar los servicios de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por un valor que ronda los 80 millones de euros de presupuesto inicial (ver EXPANSIÓN Catalunya del 19 de septiembre).

La oferta de Unitecnic se ha impuesto a las propuestas de T-Systems, Hewlett-Packard (HP) y la UTE (unión temporal de empresas) integrada por Iecisa (informática de El Corte Inglés)-NTT Verio. El objetivo del consistorio es constituir un *cloud computing* propio de Barcelona y ahorrar inversiones en hardware, a la vez que tener la última tecnología, según fuentes del Institut Municipal de Informàtica (IMI), órgano dependiente del ayuntamiento que tramita el concurso.

El concurso del CPD es el más voluminoso con una va-



El Ayuntamiento de Barcelona, liderado por Xavier Trias.

Más contratos por licitar

Aún quedan flecos sueltos. El Ayuntamiento de Barcelona debe sacar a concurso dos lotes más que prevé publicar en los próximos meses. Se trata del lote vinculado a puestos de trabajo, que –según fuentes del consistorio– saldrá a concurso a lo largo de este año, con un presupuesto de 20 millones de euros por cinco años. El concurso terminará cuando se adjudiquen los contratos del lote de aplicaciones, que aún se debe definir, pero está previsto que salga a concurso durante el año que viene.

Unitecnic se impone a las multinacionales T-Systems y HP, y a la UTE integrada por Iecisa-NTT Verio

loración de 64,9 millones de euros para cuatro años, con dos prorrogables, distribuidos en dos lotes. Por un lado, el que se ha adjudicado Unitecnic. Y por otro lado, el se-

gundo lote ha quedado desierto porque “la propuesta hacia una reducción económica excesiva”, dicen desde la administración local barcelonesa. “Se volverá a sacar a concurso más adelante”, agregan las mismas fuentes.

T-Systems, IBM, HP, Everis, la UTE de Indra-Colt y la de Iecisa-NTT Verio, figuran entre las empresas que pujaban por el segundo lote.

Gestión integrada

El Ayuntamiento aprobó ayer la adjudicación del contrato *Gix* (gestión integrada de las xarxes integrades) a Tradia, empresa del grupo Abertis, por 9,15 millones de euros para ocho años con posibilidad de alargar dos más. La votación contó con el apoyo de Convergència i Unió (CiU), Partit Socialista de Catalunya (PSC) y la abstención del Partido Popular (PP) y los votos en contra de Iniciativa per Catalunya Verds (ICV).

Este contrato, por el que también pujaba Unitecnic, estaba valorado en 14,9 millones de euros y trata de la gestión integrada de las redes municipales: la red *WiFi* municipal y la red de fibra óptica de la ciudad, que incluye la del IMI, la de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) y la de la zona del 22@.



DESDE FUERA

Carles M. Canals

En la muerte de dos periodistas

Acaban de fallecer dos periodistas de trinchera: Manu Leguineche e Ignasi Pujol. De trinchera son los que se dedican a buscar noticias, no quienes (como yo ahora) las comentamos desde una atalaya en la que ni nos manchamos de sangre o barro ni nos atacan los piojos. A Leguineche no le traté: he leído dos o tres de sus libros. Con Pujol hablé brevemente en diversas ocasiones, cuando él trabajaba en la redacción en Barcelona de EXPANSIÓN –después marchó a ARA– y yo colaboraba desde fuera.

Ese trato ocasional con Ignasi no dio lugar a una amistad. (La primera vez me trató de usted: por la edad, yo podía ser su padre). Pero me llamaron positivamente la atención varios artículos y, sobre todo, su manera de ser. Por decirlo en la jerga al uso, era una de esas personas que irradia energía positiva. No es pequeña hazaña en el mundo del periodismo, al menos en el que yo más conozco, que es el dedicado a la información sobre política, economía y empresas. Con los años incorporas a tu bagaje un sano escepticismo, que se convierte en autodestructivo si llega al cinismo. El periodismo es una profesión muy dura. Para poder explicar la verdad tal como uno honradamente la ve, hay que resistir a protagonistas poderosos que tratan de influir en la redacción final de una noticia, un reportaje o una columna de opinión. Lo hacen mediante presiones, trampas, medias verdades, mentiras, manipulaciones, intentos de soborno... O de adulación, que es otro modo de despreciar. ¡Qué difícil es ser un periodista honrado frente a estos intentos de mediatización!

Decir –¡lo oigo tantas veces!– que el periodista ha de estar al servicio de la verdad me parece una simpleza: no sé qué quiere decir. Para mí, el mayor deber deontológico del

Para mí, el mayor deber deontológico del periodista es ser intelectualmente honesto

periodista es ser intelectualmente honesto. En mi experiencia, eso cuesta más que resistir las presiones externas. La honestidad intelectual exige rigor y a veces implica describir realidades que son incómodas para causas con las que uno interiormente se identifica o personas a las que aprecia. Por ejemplo, poniendo de relieve hechos y actitudes que, de ser aireados –te recriminan algunos–, dificultan la puesta en práctica de ideales que el periodista comparte.

A mi modo de ver, el buen periodista cumple una función social, un servicio de interés público: proporcionar información a parte de los ciudadanos (sus lectores o seguidores) para que éstos puedan adoptar decisiones con responsabilidad. Sin información no se puede ejercer la libertad, no hay auténtica democracia ni mercado transparente. Si el periodista ocultara conscientemente parte de la realidad, sería infiel a su cometido. Con su labor cotidiana, el buen periodista está defendiendo la democracia y el correcto funcionamiento del libre mercado. (Aunque si se le sube a la cabeza, el que empezó siendo periodista puede acabar considerándose un salvapatrias: un espécimen peligroso para quien todo vale cuando el fin es grandilocuente; también en este gremio se han cometido y se cometen no pocas tropelías).

El periodismo de trinchera es una profesión muy dura, también porque la mayoría de los que se dedican a este oficio tienen un cargo modesto y una retribución económica cada vez más modesta por una dedicación de tiempo excesiva. En estas condiciones, tratan de explicar a la gente lo que pasa, según su leal modo de saber y entender que –todo hay que decirlo– no siempre es modesto.

Pero la humildad no es la principal virtud del periodista, escribí en otra ocasión. Lo que permite perseverar en un oficio tan duro y modestamente retribuido no es el afán de riqueza. A quienes hacen del fatigoso deber de informar su profesión les mueve el afán de contribuir a mejorar un poco una pequeña parcela del mundo... y confían en que se sepa que lo han hecho; por eso quieren que sus artículos vayan firmados. ¿Es vanidad? Me parece una manera muy mezquina de calificarlo.

Periodista



OJD / Datos correspondientes al año pasado

EL MUNDO+Orbyt, el periódico nacional que mejor se comportó en los quioscos en 2013

E. M. / Madrid 2013 fue un año de turbulencias para la prensa escrita. El desgaste de la crisis y el desplome de la inversión publicitaria, sumados a la necesidad de revisar el modelo, hicieron mella. Sin embargo, aunque los tiempos avanzan, existe una única solución: periodismo. Lo saben bien los lectores, que han depositado su confianza, una vez más, en EL MUNDO. El diario de Unidad Editorial es el que mejor ha navegado en mitad de la tormenta. Según los datos de la

OJD, conocidos ayer, y relativos a 2013, EL MUNDO+Orbyt vendió en 2013, en los quioscos físicos y digitales, 157.667 copias diarias.

En medio de los nubarrones, estas cifras certifican la fidelidad de los lectores. No en vano, EL MUNDO fue el diario que marcó con más intensidad la agenda y la actualidad en 2013. Que Luis Bárcenas pagó sobresueldos *en negro* durante años a parte de la cúpula del PP; los *mails* subidos de tono de Iñaki Urdangarín y sus irregularidades contables,

la entrevista exclusiva a Corinna Zu Sayn-Wittgenstein; los SMS entre Rajoy y Bárcenas; los pagos de la Fundación Ideas del PSOE a la ficticia Amy Martin, que terminaron con la dimisión de su director y la posterior desaparición de la Fundación; las exclusivas del Madrid Arena, incluida la entrevista más buscada con el promotor de la fiesta, Miguel Ángel Flores... son sólo algunas de las noticias que ha desvelado EL MUNDO y que constituyen el sello de calidad y de periodismo de investiga-

ción que lleva en los genes.

Este periodismo ha permitido a EL MUNDO+Orbyt ser el que mejor se ha comportado en la venta en quiosco (-9%) durante todo 2013, si se compara con 2012. Por contra, sus principales competidores presentan unas caídas en ventas mucho más acusadas: un 14% en el caso de *El País*, y un 15% en el de *ABC*. Por su parte, *La Vanguardia* retrocedió nada menos que un 20% y *El Periódico*, un 13%.

De hecho, EL MUNDO+Orbyt

cerró el año a tan sólo 14.700 copias de *El País* en los quioscos. Respecto a *ABC*, la ventaja del diario de Unidad Editorial se dispara hasta los 56.700 ejemplares.

Es más, EL MUNDO+Orbyt fue líder de lunes a sábado en venta al número durante el año pasado. Es decir, en el cómputo que abarca los ejemplares despachados en los quioscos físicos y en los digitales. Este diario, de Unidad Editorial, firmó el dato de 147.983 ejemplares, por encima de los 145.968 alcanzados por *El País*. Una fortaleza sustentada en la esencia del periodismo y la apuesta por las nuevas tecnologías y soportes.

En cuanto a la difusión total en lo que se refiere a 2013, EL MUNDO+Orbyt alcanza los 202.425 ejemplares, por los 292.226 de *El País* o los 140.026 de *ABC*.



TELEVISIÓN

México Travel Channel llega a Canal +

El canal difunde contenidos exclusivos dedicados al mundo del turismo

EL PAÍS, Madrid

El primer canal 100% turístico de México se incorpora el próximo martes 28 de enero a la oferta de Canal + (estará disponible para los clientes de la plataforma digital en el dial 35). Con la llegada de México Travel Channel, Canal + refuerza su propuesta de entretenimiento y añade contenido exclusivo a su variada oferta de canales documentales, de viajes, estilo de vida o gastronomía.

Para su presidente, Juan Vergara, sumarse a la oferta de Canal + "es algo fundamental porque, como decimos en México, brincamos el charco, es la

puerta para conquistar otros países y otros mercados emergentes del turismo". Pero, para Vergara, México Travel Channel no es un "canal de televisión al uso, nosotros hacemos turismo y lo damos a conocer por la televisión, eso es lo que nos separa del resto de ofertas temáticas".

México Travel Channel, que transmite ininterrumpidamente desde hace siete años, es un canal especializado en la promoción y difusión de los destinos turísticos más destacados de México e Iberoamérica. Un canal que, para su presidente, tiene el origen en el turismo porque "sabemos que es una fuente inagotable tanto de recursos eco-

nómicos, como de puestos de trabajo y es algo universal".

La programación del canal es amplia y para toda la familia: destinos, gastronomía, *glamour*, compras, cultura, aventura y un sinfín de variantes que ofrece la experiencia de viajar. Eso es lo que podrán encontrar los clientes de la plataforma de pago, 24 horas al día, en México Travel Channel. Una programación diseñada "para ser una útil herramienta de promoción turística que por un lado fortalezca a esta gran industria y, por otro, que permita inculcarle al espectador la motivación de viajar", sostiene Vergara.

En México Travel Channel el espectador puede descubrir des-

de hoteles exclusivos y únicos (uno de los platos fuertes de su programación diaria junto a los programas de restauración), hasta aprender de especies en peligro de extinción; puede viajar a lugares lujosos y confortables, explorar mágicos y recónditos pueblos, ser parte del último evento de pasarela de moda, o puede decidir ser un experto en vino. Los programas llevarán al espectador a descubrir aquellos lugares emblemáticos de cada país o región, a conocer su gente, degustar su variada y rica gastronomía, descubrir su cultura y "vivir una experiencia única y enriquecedora en cada emisión", concluye Vergara.



elradar

La inversió publicitària es redueix a la meitat i cau al nivell del 1995



L'informe anual *i2p* pronostica una lleugera creixuda per al 2014. XAVIER BERTRAL

J.C.

La caiguda acumulada de la inversió publicitària els últims sis anys ha estat del 51,5%, segons l'informe anual *i2p*, fet públic ahir. El 2013 no ha estat una excepció a aquesta tendència, ja que ha registrat un descens del 10,1% i, en nombres absoluts, ha deixat el nivell d'inversió a l'altura del 1995.

Aquestes xifres, segons l'estudi elaborat per Arce Media i Media Hotline, suposen que en els últims sis anys la inversió publicitària ha disminuït tot el que havia crescut en 12 anys. Així, segons els seus càlculs, és possi-

ble que a hores d'ara per tornar a nivells del 2007 s'hagi d'esperar entre 18 i 20 anys. A excepció del 2010, la inversió no ha deixat de caure des del 2008.

Malgrat aquesta disminució constant, el 2013 la caiguda s'ha desaccelerat. Per exemple, en el quart trimestre només va baixar un 1,7%. De fet, va baixar en conjunt, ja que tant a la televisió com a internet la inversió va créixer al voltant del 4%. De tots els mitjans, els més afectats són els impresos. L'estudi pronostica per al 2014 un "lleuger" creixement en la inversió de l'1,5%. No obstant, en mitjans impresos podria seguir caient. ■



CRÍTICA PREMSA



ANTONI
MARIA
PIQUÉ

@AMPIQUE

El debat de la neutralitat de la xarxa

Un tribunal federal d'apel·lacions ha anul·lat la part principal de les normes que imposaven el principi de neutralitat de la xarxa als EUA. Aquest principi –gran tòtem per als inventors d'internet– estableix que els gestors de la xarxa física (cables, servidors, commutadors...) han de tractar de la mateixa manera el trànsit de dades vingui de qui vingui i vagi on vagi, repartint equitativament entre els usuaris l'amplada de banda disponible en cada moment. És clau en l'eficiència d'internet: tots els sistemes interconnectats col·laboren donant curs sense distincions a qualsevol contingut.

El cas l'havia plantejat Verizon, un dels principals proveïdors d'accés a la xarxa, que vol oferir una transmissió més ràpida als emissors que la paguin. La Comissió Federal de Comunicacions (FCC) prohibia aquesta mena d'acords. El tribunal ha sentenciat ara que la FCC no té autoritat per impedir-los perquè internet no és un servei públic regulat. Verizon només s'anota una victòria parcial: els jutges limiten l'autoritat de la FCC però mantenen, per exemple, la norma que obliga els proveïdors a comunicar com gestionen el trànsit, que és una manera d'incitar-los a ser neutrals.

Només tres països imposen la neutralitat per llei: Xile, Eslovènia i Holanda. La UE no l'exigeix expressament, però les directives sobre telecomunicacions en vigor des del 2011 la promouen de manera indirecta: els operadors han d'informar els clients com gestionen el trànsit i com afecta això l'amplada de banda, i els reguladors estatals exigir una velocitat mínima. Això pretén que qualsevol gestió desigual del trànsit es faci en benefici dels usuaris. La qüestió és si la proliferació de serveis –com la televisió per internet– que consumeixen molta amplada de banda demana excepcions a la neutralitat, de manera que les operadores puguin fer beneficis i reinvertir-los en la millora de la xarxa. Aquest és el debat: ¿interessa la neutralitat incondicionalment o podria entrar en conflicte amb la qualitat del servei?



Absuelta «Época» del delito de injurias contra Jaime de Marichalar

El juzgado de lo penal número 13 de Madrid ha absuelto al periodista **Carlos Dávila** del delito de injurias contra **Jaime de Marichalar** por la publicación en la revista «Época» de información sobre las causas de su divorcio y en la que se le señalaba como consumidor de cocaína.

En la sentencia, la juez considera que tanto Dávila, como director del semanario, como la periodista **Eugenia Hernández**, como redactora del reportaje, actuaron en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión e información correctamente al realizar todas las comprobaciones exigibles. Además, en todo

momento los periodistas mostraron un tono «respetuoso» con Jaime de Marichalar en su información, añade el fallo.

La juez avala el gran interés público que suscitaba el divorcio de Jaime de Marichalar de la **Infanta Elena** debido a la «dimensión pública de sobra conocida» tanto del querellante como de su consorte. Marichalar se querelló contra la revista y los periodistas en septiembre de 2008. «La información dada por los acusados tenían como finalidad crear opinión, a lo que hay que sumar que la importancia del asunto era máximo, así como el interés público generado».



Mediapro vende tres canales de TV en EEUU

J.M. Madrid

Mediapro ha acordado la venta al grupo Hemisphere Media de los tres canales de televisión de pago que explotaba en EEUU a través de su filial norteamericana, Media World, con sede en Miami.

La operación, cerrada en 102 millones de dólares (74 millones de euros, aportará a Hemisphere, uno de los gigantes de la televisión por cable en lengua hispana en EEUU, "innumerables sinergias y economías de escala".

Además de mejorar su liquidez con la operación, Mediapro seguirá produciendo

los contenidos del canal y aportando todos los servicios técnicos necesarios, lo que asegura a la compañía ingresos recurrentes. La empresa cree que el futuro de los canales "pasaba por su integración en un marco con mayor alcance, tanto territorial como de público potencial, como es el grupo Hemisphere".

La operación engloba los canales Pasiones, con más de 11 millones de abonados, dedicado a la emisión de telenovelas y series; Centroamérica TV, con 3,3 millones de abonados y TV Dominicana, con 2,2 millones de clientes.



TELEVISIÓ INTEL-LIGENT

El 2014, l'any de la televisió connectada

El president de l'Associació Espanyola d'Empreses de Televisió Interactiva (AEDETI), José Luis Vázquez, va avançar les "bones perspectives" que el sector té pel 2014 i va assenyalar que serà l'any de "la consolidació comercial" de les televisions connectades a internet. Actualment, a l'Estat espanyol hi ha un parc de 2,7 milions de televisions intel·ligents, de les quals aproximadament 1,6 milions disposen del sistema HbbTV, amb serveis horitzontals de televisió connectada. "Esperem que

en el 2014 aquest percentatge pugi fins al 100%", va assenyalar Vázquez durant la jornada Revolution TV a Madrid. Vázquez va destacar l'increment de més del 33% respecte al 2012 en el nombre de llars amb televisió connectada. El president d'AEDETI va demanar als implicats trobar un consens entre radiodifusores, fabricants de televisors i descodificadors i proveïdors de serveis per a un estàndard com la HbbTV, fonamentals per al seu desenvolupament comercial. ■ REDACCIÓ