



RECULL DE PREMSA

24/03/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

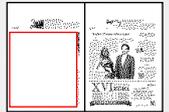
Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/03/15	'POLITICIO' ATERRA AL COR DE LA UNIÓ EUROPEA / ARA	4	1
24/03/15	MEDIAPRO Y TELEFÓNICA DAN LA ESPALDA A RTVE Y LE OBLIGAN A MEJORAR CONTRATOS / EL ECONOMISTA	5	1
24/03/15	AMOR LLULL per Lluçia Ramis / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	6	1
24/03/15	LA GRAN BATALLA POR EL CONTROL DE LA TELEVISIÓN DE PAGO, POR JAVIER MONTALVO / EXPANSION	7	1
24/03/15	JAVIER CABRERIZO: «LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA ES NUESTRA GRAN OPORTUNIDAD» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	8	1
24/03/15	VÍCTOR DE LA SERNA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN AQUÍ, MUY MEJORABLE / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	9	1
24/03/15	TÀRREGA EXPOSA FINS AL 26 D'ABRIL RETRATS DEL FOTÒGRAF CATALÀ-ROCA / SEGRE	10	1
24/03/15	VIVENDI RECHAZA VENDER UNIVERSAL MUSIC / EXPANSION	11	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Politico és competitiu en informació especialitzada, gratuïta i de pagament. **EH**



POLITICO

VOL. 8 - NO. 126

THURSDAY, DECEMBER 4, 2014

POLITICO.COM

Outside Groups Lose Grip on Hill

Republicans brush off tax and spending bills — an incredible fall for groups that once ruled majority of Republicans supporting it. It is lined up for easy passage in the time to take on Barack Obama over immigration. But Republican leadership asserting control of the party from the tea party wing...

ESTHER HERRERA
BRUSSEL-LES

“¿Has sentit que *Politico* arriba a Brussel·les?”, pregunta un funcionari a un altre en un passadís de la Comissió Europea amb gran interès. Aquesta periodista va veure com l’escena es repetia en diverses ocasions durant la tardor del 2014. Els rumors a la capital comunitària no van parar fins que el mitjà nord-americà *Politico*, un referent a Washington, va presentar-se oficialment al desembre. El compte encre ja ha començat i la seva publicació sobre la informació que envolta la bombolla europea (la *EU bubble*, com es coneix en anglès) surt al carrer el pròxim 21 d’abril.

En una roda de premsa multitudinària al desembre, l’editor en cap, Mathew Kaminski, va explicar que volia tenir “la redacció més gran de Brussel·les”. *Politico* vol repetir l’èxit de Washington a la capital comunitària: als Estats Units tenen una de les redaccions més grans del país, al voltant 300 persones repartides pel territori. A més, prop de 800.000 persones visiten mensualment la publicació, segons ComScore, amb una tirada de la versió en paper de 25.000 exemplars. Són xifres modestes, si es comparen amb altres publicacions *online* com el Huffington Post, amb més de 2 milions

‘Politico’ aterra al cor de la Unió Europea

El setmanari digital més influent de Washington espera repetir èxit a la capital comunitària

de visites, però l’impacte de *Politico* als passadissos del Congrés nord-americà és notable. Fins i tot en l’imaginari col·lectiu nord-americà, ja que és citada en programes i sèries com *House of cards*.

El cofundador i redactor en cap de la publicació, John Harris, ha assegurat que és admirador del *Financial Times* i de la versió europea del *New York Times*, i per això aspira a “tractar-se d’igual a igual” amb aquests diaris, referents mediàtics a Brussel·les. Per reproduir el mateix èxit que a l’altra banda de l’Atlàntic comptarà amb periodistes que coneixen de primera mà el rerefons dels passadissos emmoquetats de les institucions europees. Entre ells hi haurà destacats corresponents provinents del *Washington Post* i *The Economist*. *Politico* s’ha pogut aprofitar en el seu desembarcament europeu d’una estratègia mediàtico-comercial només possible per als



Llançament
Els caps de l’OTAN i del Consell Europeu assistiran a la inauguració

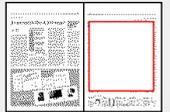
grans grups. Al desembre va anunciar que s’unia amb Axel Springer, l’editora del diari més llegit a Alemanya, *Bild*, i una de les més importants al continent. Amb aquesta *joint venture* han comprat el diari *European Voice*, un setmanari de referència especialitzat en política europea. Així, van confirmar que la plantilla de *European Voice* s’acabaria integrant a *Politico* i que utilitzarien les seves infraestructures ja existents, des de les oficines fins a les rotatives.

També formaran part de *Politico* noms propis coneguts entre els responsables europeus, com Ryan Heath. Aquest portaveu de l’anterior Comissió Barroso, i de l’excomissària d’Agenda Digital Neelie Kroes, també és un escriptor prolífic. Serà l’encarregat de la secció Playbook, un apartat convertit en institució a Washington que consisteix a explicar a primera hora del

matí les notícies més importants del dia, perquè polítics, lobistes i periodistes no es perdin els temes clau de la jornada. I tot, amanit amb ironia informativa.

La irrupció de *Politico* a l’escena europea ha posat al descobert les febleses dels mitjans generalistes, moltes vegades arrossegats per la competència de noves plataformes amb tota la informació gratuïta, i que per tant busquen desmarcar-se amb firmes o continguts propis. Els camins són l’especialització o la creació d’informació de pagament. *Politico* les ofereix totes dues: informació especialitzada gratuïta i de pagament.

Politico serà un clar competidor de mitjans establerts com el diari digital EU Observer o el setmanari EuroPolitics, conegut com “el número 1 de la informació europea independent”, amb bona reputació i un habitual dels despatsos de les institucions. De moment s’espera que *Politico* publiqui 30.000 exemplars a Europa. La seva edició en paper sortirà el 23 d’abril, Dia Internacional del Llibre. I com que *Politico* ja ha avançat que té una estratègia ambiciosa, ja han promès assistir a l’acte de llançament el president del Consell Europeu, Donald Tusk; el secretari general de l’OTAN, Jens Stoltenberg, i “alguns caps de govern”, de moment sense confirmar. —



Mediapro y Telefónica dan la espalda a RTVE y le obligan a mejorar contratos

La tele pública declara desierto por segunda vez el concurso ante la falta de ofertas

África Semprún MADRID.

RTVE ha vuelto a tropezar con Mediapro y Telefónica en la ejecución de parte de su plan de austeridad. La Corporación se ha visto obligada por segunda vez en seis meses a declarar desierto el concurso para la gestión de las estaciones terrenas transportables (unidades móviles) ya que Overon, filial de la productora catalana, y TSA, firma de la *teleco*, han decidido no presentarse al considerar que las condiciones económicas todavía no son asumibles. Y es que, en septiembre de 2014, RTVE ya se vio obligada a mejorar el contrato de gestión de las unidades móviles para emitir directos a instancias de ambas compañías, tal y como explicaron a este diario fuentes de la radiotelevisión pública.

“Telefónica y Mediapro son las únicas empresas con capacidad para prestar este servicio y negociar con un duopolio es muy complicado. Se está haciendo un gran esfuerzo desde la dirección para rebajar los altos costes de emisión. Se intenta pero todavía no se ha logrado”, aseguran desde la Corporación a *elEconomista*.

Tras declarar desierto la segunda licitación, que incluía la gestión de las unidades móviles 24 horas al día, los 365 días del año, además de otros servicios, por 27,3 millones durante tres años, RTVE ha abierto la puerta a mejorar otra vez el contrato de externalización. Así, la cadena que preside José Antonio Sánchez estudia ampliar el plazo de explotación hasta los cuatro o cinco años con el objetivo de que Telefónica entre en la puja. “Overon se encarga tradicionalmente de dar el servicio de unidades móviles y no acepta la bajada. Se baraja ampliar los plazos del contrato a cuatro o cinco años a ver si le interesa a Telefónica Servicios Audiovisuales (TSA) entrar en la competición y hacer la inversión”, explican fuentes cercanas a RTVE.

En este sentido, la propia Corporación ha explicado que ambas firmas reclaman contratos más largos



Unidad móvil de RTVE. ALBERTO MARTIN

y por más dinero —el primer concurso era por un año y estaba valorado en 10 millones de euros, iva incluido—, algo que supone un problema para la política de ahorro de la radiotelevisión pública que, por un lado, está convencida de que los precios del mercado bajarán en el

medio plazo por la mejoras tecnológicas y, por el otro, tiene que reducir “como sea” entre un 9 y un 10 por ciento los gastos conocidos como *Cocos* (gastos generales, de emisión y de derechos de autor) que en 2014 alcanzaron los 237 millones de euros.

A la espera de aprobar una nueva mejora de las condiciones del concurso de externalización, RTVE ha optado por cerrar contratos a muy corto plazo para cubrir las necesidades básicas de producción. En este sentido, en febrero lanzó una licitación para la gestión de las terrenas transportables por unos dos millones durante tres meses.

Entre los ahorros que la cadena pública quiere introducir en la gestión de las unidades móviles se encuentra adaptar el pago de los servicios a su uso efectivo, es decir, quiere pagar por cada conexión que hagan las terrenas y no por el número de horas que estén desplazadas. A su vez, RTVE apunta a la introducción de lo llamado *mochilas* que permite al cámara hacer la transmisión directamente sin necesitar desplegar unidades móviles.

Logra un ahorro de 40 millones tras abandonar parte de un múltiplex

RTVE avanza, poco a poco, en su plan de ajuste. La Corporación, que tiene que ahorrar como mínimo 31 millones de euros este año, ha renunciado a un tercio de un múltiplex lo que se traducirá, según aseguran desde la propia cadena pública, en unos ahorros totales de hasta 40 millones de euros. La renuncia a parte del múltiplex no se ha traducido en dejar de emitir algún canal ya que la mejora de la tecnología les permite comprimir la señal por lo que por el mismo espacio se dan más canales.

La CNMC vigilará “la imparcialidad y el rigor” de los telediarios de TVE

Á. Semprún MADRID.

El Servicio de Informativos de RTVE tiene un nuevo organismo que vela por su independencia y rigor: la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC). El organismo que preside Jose María Marín Quemada ha abierto una licitación para contratar a una empresa que, entre otras cosas, le suministre informes de “evaluación de los contenidos emitidos por la Corporación RTVE”.

En concreto, dichos informes podrán consistir, a título de ejemplo, y entre otras cosas, en “datos sobre porcentajes de producción propia o ajena de los programas, sobre la defensa y difusión de valores constitucionales o sobre la independencia, pluralismo, neutralidad, imparcialidad o rigor de los servicios informativos”, tal y como recoge textualmente la CNMC en las bases del contrato para externalizar el control y el seguimiento de los contenidos audiovisuales de las cadenas de televisión.

La labor de control del “pluralismo y neutralidad” de los telediarios, tan cuestionados por los distintos grupos políticos y el propio Consejo de Informativos de RTVE, forma parte de la obligación del superregulador de “evaluar que RTVE cumple los requisitos de servicio público”, explica Competencia.

Este servicio forma parte del un contrato más amplio por el cual la CNMC externaliza el control y seguimiento de los contenidos de la parrilla de las televisiones nacionales en abierto por 1,5 millones, iva incluido, durante dos años. La empresa adjudicataria tiene que vigilar que, por ejemplo, los canales de Mediaset o Atresmedia no pongan más publicidad de la permitida, que mantengan a las brujas, adivinos y juegos de azar dentro del horario establecido, que los contenidos se adecuen a su recomendación y que no se emita publicidad encubierta o inadecuada y que los programas violentos no estén en horario infantil.



Amor Llull

EL MIRADOR

Lluçia Ramis



Entre el 2007 i el 2010, el premi Ramon Llull de les Lletres Catalanes s'atorgava a Andorra. Durant dos dies, alguns autors de l'editorial Planeta i diversos periodistes vivíem en hotels de cinc estrelles, on ens portaven des de Barcelona amb autocar. Alguns assaltaven el minibar, d'altres compraven cosmètics. Dinàvem bé, sopàvem millor. Poques imatges són més literàries que veure el desaparegut Francisco González Ledesma a Caldea. Però això era abans, quan la cultura encara coquetejava amb l'opulència i Andorra no era notícia.

Des del 2012, el guardó, dotat amb 60.000 euros, es lliura al Palau de la Generalitat, un escenari molt més solemne i avorrit. En comptes d'un premi, sembla que el molt honorable president Artur Mas es disposi a donar una conde-

“Hem d'arriscar-nos; i podem perdre. Tot i així, val la pena”, diu la història romàntica de Xavier Bosch



Xavier Bosch, ahir a la nit, en el moment d'aixecar el guardó del premi Ramon Llull al saló Sant Jordi

KIM MANRESA

coració. De fet, entre el públic hi ha quatre militars amb molts galons. També hi ha Núria Feliu, l'escriptora Núria Esponellà, el guanyador d'un Josep Pla Rafel Nadal, Arturo San Agustín, Carles Duarte, Francesc Guardans, i a primera fila, l'alcalde Xavier Trias, Francesc Homs i el conseller de Cultura Ferran Mascarell. El director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, observa que, mentre van arribant els assistents, l'eco sota les pintures del Saló Sant Jordi és gairebé eclesiàstic.

A la dreta, s'aglomeren les càmeres. A l'esquerra, vora l'escenari, autors i editors del grup Plane-

ta, creador del Ramon Llull el 1981; llavors el va guanyar Joan Peruchó. Carme Riera, Terenci Moix, Josep M. Ballarín, Màrius Serra o Care Santos el rebrien després. Helena García Melero anuncia l'entrada dels membres del jurat i tothom es posa dret. Aplaudiments. Algú tuiteja a través del mòbil.

Gemma Lienas llegeix l'acta i Xavier Bosch recull el premi. Lluny de les trames de periodisme, poder i corrupció que va tractar a la trilogia protagonitzada per Dani Santana, en aquesta ocasió s'ha posat romàntic. Algú com tu és una història d'amor ambientada

a París i el seu autor ha volgut transmetre aquest missatge: “Sempre és més tard del que creiem, i hem d'arriscar-nos; i podem perdre. Tot i així, val la pena”.

Bosch hauria d'haver rebut el Ramon Llull el passat 3 de febrer, però l'acte es va ajornar arran de la mort del president del Grup Planeta, José Manuel Lara. El 4 de febrer moria el poeta Francesc Garriga, bon amic de Xavier Bosch, i a qui li dedica algunes picades d'ull. Va tenir temps de llegir el llibre.

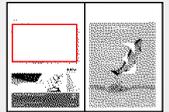
Després de felicitar el guanyador, Mas recorda que enguany es commemora el 700è aniversari de la mort de Llull i assegura: “Tinc la

tranquil·litat que, quan sàpiga que em queda poc temps, no lamentaré res del que he arriscat”. Rialles còmplices entre el públic. Explica que Lara el va anar a veure la vigília de Reis, en cadira de rodes, i demostra que sap ser superlatiu: “Malgrat tenir disparitats, va ser el meu amic durant molts anys, i sempre vaig respectar la seva energia vital immensa. Tenia una capacitat d'arriscar molt notable. Va ajudar a crear un imperi editorial i de comunicació de primerísim nivell. I això, en un país acostumat a empreses més petites, cal posar-ho en relleu”.

Parla de Jules Romains, les bi-

blioteques, la Mancomunitat i cada cop més persones xategen als seus mòbils. Diu que Catalunya està nou punts per sota de la resta d'Europa en hàbit de lectura. I cita Rafael Argullol, que apunta quines són les condicions mínimes per poder llegir: complexitat, memòria, lentitud, llibertat i solitud. “Si això no es dona –planteja Mas–, com entendrem el llegat de dos mil anys d'humanisme i il·lustració?”.

D'acord, potser aquelles edicions andorranes de festa i aigües termals no eren les més propícies per posar-se a llegir. Però és que al Palau no donen ni una copa de cava per celebrar-ho.●



La gran batalla por el control de la televisión de pago

EN DIFERIDO

Javier Montalvo
jmontalvo@expansion.com

La televisión de pago se ha consolidado, junto a las ofertas convergentes de fijo y móvil, como el principal argumento de las operadoras de telecomunicaciones para fidelizar a sus clientes, aumentar sus ingresos por abonado y justificar la enorme inversión que están destinando al despliegue de fibra hasta el hogar, una tecnología que multiplica la capacidad de transmisión de datos y, por tanto, las posibilidades de servicios más sofisticados para los clientes.

Telefónica lanzó el pasado mes de diciembre Movistar Series, un canal que, por 7 euros al mes, ofrece una propuesta exclusiva de series, algunas de ellas de estreno, que alcanzará en mayo los ochenta títulos. Además, la compañía ha llegado a un acuerdo con el grupo Prisa para adquirir Canal +, una operación que, si logra la autorización de la CNMC, reacia en principio a permitir que el grupo traslade su dominio en banda ancha a la televisión de pago, colocará a la operadora como referente de este último negocio en España.

Una posición similar en el negocio televisivo quiere alcanzar Vodafone con la reciente compra de Ono por más de 7.000 millones de euros. Además de acceder a una amplia red de fibra óptica y multiplicar su base de abonados, el grupo británico controla ahora un potente sistema de televisión de pago, basado en la tecno-



Reed Hastings, consejero delegado de Netflix.

logía de la plataforma estadounidense TiVo. Para completar el salto, Vodafone confía en tener acceso a parte de los contenidos que está adquiriendo Telefónica, y que previsiblemente la CNMC le obligaría a abrir a terceros. En caso contrario, el gigante del móvil tendrá que entrar en la negociación directa de derechos.

Telefónica, de hecho, negocia con las gran-

Telefónica acelera al máximo el traspaso de sus clientes a la fibra ante el 'boom' de ofertas de TV al margen de las operadoras

des distribuidoras los derechos en exclusiva de series y cine, reservándose así la ventana de emisión durante los primeros meses, lo que dificultará a sus competidores, actuales y futuros, hacerse con un catálogo potente.

La mayor competencia para estos grupos no vendrá, sin embargo, de otras operadoras, ni de las grandes cadenas de televisión. Mediaset prácticamente ha dado la espalda al negocio del pago con su reciente desinversión en Canal +, resuelta además con importantes minusvalías para la cadena televisiva. Antena 3 TV mantiene aún un vínculo con este negocio a través de Atresmedia Digital, aunque la estra-

tegia del grupo está muy centrada en la televisión en abierto. El enemigo a batir ha nacido en Internet, no dispone de grandes infraestructuras ni de fibra óptica, ni tienen licencia para ofrecer televisión en abierto, pero ofrecen un servicio de televisión de alta calidad, muy flexible, sin necesidad de contratar a uno u otro operador ni contratos de permanencia de ningún tipo y a precios más que razonables.

En España son empresas como Filmin y, sobre todo, Wuaki.tv, adquirida el pasado año por el gigante japonés del comercio electrónico Rakuten, que cuenta ya con más de 1,5 millones de suscriptores. Y, sobre todo, son los que están por venir. Netflix mantiene negociaciones con las grandes majors y con distribuidoras independientes la compra de derechos de emisión de cine y series en España, con el objetivo de lanzar su servicio de vídeo en streaming en el último trimestre de este año, previsiblemente en octubre.

Además, el gigante estadounidense del vídeo bajo demanda ha alcanzado acuerdos con los grandes fabricantes de televisores, empezado por los mayores, Samsung y LG, para que sus modelos de smart TV incluyan preinstalada la aplicación para acceder a su servicio de vídeo en streaming. También lo ha hecho Wuaki.tv y lo hará Amazon cuando aterrice en el mercado español. El televisor inteligente es ya una de las pantallas de acceso a Internet, como el PC, la tableta y el smartphone. Si las telcos subsidiaron durante años la compra del móvil, ahora harán lo mismo con las smart TV. Si no, lo harán otros antes y el valor de llegar primero que el resto es capital en la nueva era digital.



«La transformación tecnológica es nuestra gran oportunidad»

Javier Cabrerizo defiende las ventajas para los medios del nuevo entorno digital

VÍCTOR MARTÍNEZ MADRID
Innovar para crecer. Los ejecutivos de las grandes compañías coinciden en que la apuesta tecnológica será la gran oportunidad para ser competitivos en la revolución digital en todo tipo de sectores: infraestructuras, telecomunicaciones, turismo, medios de comunicación... «Hay que coger todas las transformaciones tecnológicas e incorporarlas al modelo de negocio, esa es nuestra gran oportunidad», explicó ayer Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial, durante su ponencia en el foro Start Up Spain, celebrado ayer en Madrid bajo el título *España 3.0: Necesitamos resetear el país*.

El sector de la comunicación se enfrenta a un cambio total en su modelo de negocio, donde la adaptación a la tecnología juega un papel tan importante como la

propia generación de contenidos. «Los medios tienen que actuar al ritmo de la innovación que imponen los dispositivos móviles, mientras mantienen su negocio tradicional», advirtió Cabrerizo, quien destacó como un gran desafío «la transformación del capital humano y la atracción de profesionales especializados» para dar al usuario «una experiencia más adaptada a su consumo».

Start Up Spain reunió a primeros ejecutivos de compañías como OHL, Telefónica o NH Hoteles. Todos coincidieron en la necesidad de innovar y reclamaron políticas de impulso al desarrollo tecnológico, la educación o la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas españolas.

«No se puede competir sin valor añadido ni sin desarrollar talento y estrategias adecuadas», argumentó el consejero delegado de

OHL, Josep Piqué. El ex ministro de Industria también reclamó un consenso político en educación para mejorar el nivel del país en esta materia en los *ranking* internacionales. Por su parte, el consejero delegado de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, destacó como claves «la vocación inversora y la apertura de puertas para captar talento» y liderar una revolución que va a generar «15 trillones de dólares en los próximos 20 años».

El director general de Unidad Editorial apostó por fortalecer áreas como el análisis de datos para convertir a España en «el Harvard del *big data*», un ecosistema de referencia mundial que permita formar a personas muy especializadas en un área que afecta a todos los sectores de la economía y que será clave en los próximos años.



Josep Piqué, Jose M^a Álvarez-Pallete y Javier Cabrerizo ayer en Madrid. A. HEREDIA



HOJEANDO / ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

La libertad de expresión aquí, muy mejorable

No será la noticia que más llame la atención al día siguiente de las elecciones andaluzas, pero una comisión internacional hacia público ayer en Viena un informe poco lisonjero sobre la situación de la libertad de prensa en España, y ello poco más de una semana después de que el Senado español aprobara la Ley de Seguridad Ciudadana. En el informe, la criticada ley es presentada como uno de los siete desafíos claves para la libertad de expresión y de prensa en España.

La misión informativa se llevó a cabo en diciembre bajo la dirección del Instituto Internacional de Prensa (IPI), y en ella estaban representantes de varias entidades importantes en el campo de la libertad de prensa en Europa: Access Info Europe (AIE), el Comité para la Protección de Periodistas (CPJ), la Federación Europea de Periodistas (EFJ), Reporteros sin Fronteras (RSF) y la Fundación Open Society (OSF).

Éstos son los siete desafíos principales que ha identificado la comisión: amenazas a la independencia de la radiotelevisión pública de España (RTVE); ausencia de un regulador independiente especializado en la radiodifusión a escala nacional; necesidad de una mayor transparencia en el reparto de la publicidad oficial; nuevas normas jurídicas potencialmente restrictivas, incluida la Ley de Seguridad Ciudadana; reciente legislación de transparencia que no cumple con los estándares internacionales; tendencia de los principales funcionarios públicos a celebrar conferencias de prensa sin preguntas; existencia de leyes penales de difamación y, en algunos casos, el uso de estas leyes.

El informe también destaca los efectos que tanto la crisis económica española como la revolución tecnológica han tenido sobre los medios de comunicación en España. No es un informe catastrófico: llega a la conclusión de que la libertad de prensa en España sigue siendo «comparable a la que disfrutan sus vecinos europeos, pero en un momento tan crítico para el país, es esencial garantizar al máximo el libre flujo de información». Pero insiste en el problema de la Ley de Seguridad Ciudadana, sobre la cual RSF España dice que «no sólo atenta gravemente contra la libertad de información sino que puede conducir a la censura». En un capítulo escrito por **Paco Audije**, de EFJ, el informe también plantea serias preocupaciones con relación a la dirección actual de RTVE.

Access Info Europe resume, dentro del informe, el escepticismo generalizado ante la nueva ley de acceso a la información de España. Según las voces más críticas, la ley «no está a la altura de los estándares de transparencia más vanguardistas» y muestra «poca ambición», resultando en una «ley que nace vieja a pesar de haber sido redactada y aprobada en 2013».

@vdelaserma

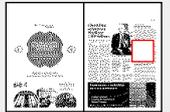


AJUNTAMENT DE TÀRREGA



Tàrrega exposa fins al 26 d'abril retrats del fotògraf Català-Roca

El Museu Comarcal de l'Urgell, a Tàrrega, exhibeix fins al 26 d'abril l'exposició itinerant *Retrats*, del fotògraf Francesc Català-Roca (1922-1998). La mostra és organitzada per la Xarxa de Museus de Lleida i Aran.



Vivendi rechaza vender Universal Music

El grupo francés de medios de comunicación Vivendi ha rechazado vender su filial musical Universal Music, tal y como plantea el hedge fund estadounidense PSAM, que posee algo menos del 1% del capital del grupo presidido Vincent Bolloré (en la foto). El hedge fund está presionando a la dirección de Vivendi por su descontento con la evolución de la cotización y la política de dividendos del grupo.

