

# Cultura: “Habrá una plataforma de contenido legal en Internet este año”

**COMPROMISO/** La ministra González-Sinde responde a una de las demandas de las operadoras para buscar un pacto con los creadores. Asegura que no se perseguirá a los usuarios, sino a las ‘webs pirata’.

J.M./M.P. Madrid

La ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde, volvió a reafirmar ayer el compromiso del Gobierno de tener antes de fin de año una “propuesta eficaz” para encarar la piratería en Internet, una palabra que ha evitado pronunciar en su discurso.

Durante su intervención en la inauguración de Ficod, la feria internacional de contenidos digitales organizada por Red.es, González-Sinde explicó que, desde Cultura, van a impulsar el lanzamiento de una “gran plataforma de acceso a contenidos legales” en Internet, que permita al público acceder a “una mayor oferta en mejores condiciones”.

La ministra aseguró que el modelo español “no criminalizará a los usuarios”, sino solamente a quienes especulan con contenidos ajenos. Con esta afirmación, la titular de Cultura confirma que la nueva legislación sobre protección de la propiedad intelectual no perseguirá a los usuarios que se descarguen contenidos ilegales, sino a las webs que trafiquen con contenidos sobre los que no paga derechos.

Con esta iniciativa, el Go-

**La creación de una plataforma neutra tecnológica permite a las productoras cobrar por sus obras**



El actor Kevin Spacey, ayer, durante su intervención en Ficod. / Efe

bierno busca un acercamiento en la posturas de la Coalición de Creadores, que agrupa los intereses de las productoras audiovisuales y los gestores de derechos de autor; y Redtel, que representa a las operadoras de telecomunicaciones. La creación de una plataforma tecnológica neutra de contenidos legales, a la que los creadores incorporen sus obras, fue propuesto originalmente por Redtel.

En esta línea, el ministro de Industria, Miguel Sebastián insistió, en el mismo foro, en la necesidad de dotar a Inter-

net de un “amplio contenido en español a precios asequibles”. Sebastián recordó que el Gobierno ha presupuestado para el próximo ejercicio 100 millones de euros, que movilizarán otros 300 millones, para el impulso de la industria de contenidos digitales. Este sector facturó el año pasado en España 5.000 millones de euros, un 15,8% más.

**Portal musical**

Al mismo tiempo que insistió en su petición de “establecer un marco regulatorio razonable” para la música digital, la

## Kevin Spacey: “Decidí estar en Facebook al ver que tenía siete perfiles falsos”

¿Qué hace un actor como Kevin Spacey en una feria como Ficod? La estrella de Hollywood ha puesto la nota distendida a la Feria Internacional de Contenidos Digitales, que se celebra hasta el próximo jueves en Madrid. El actor fue invitado en su calidad de productor de *The Social Network*, una película sobre los fundadores de Facebook, con Max Minghella como protagonista. “Al principio era escéptico sobre la historia”, reconoció, pero “ocho meses después de presentar el proyecto, estábamos rondando”. Hoy, Spacey es un usuario avanzado de Facebook y Twitter. “Decidí estar en Facebook al descubrir que tenía siete perfiles falsos. Da un poco de miedo pensar que miles de personas creían que hablaban conmigo”, asegura. “También disfruto mucho de ese toma y daca que permite Twitter”, añadió. A día de hoy, tiene 68.000 contactos en Facebook y 1,5 millones de seguidores en Twitter. El actor defiende el poder que otorgan estas herramientas al usuario. “Todos somos ahora críticos de cine”, incidió. Spacey insistió en que la industria cinematográfica no debe luchar contra lo digital. “La gente pagará si tiene una oferta asequible”, dijo.

patronal discográfica española Promusicae presentó ayer en Ficod un portal ([www.elportaldemusica.es](http://www.elportaldemusica.es)) donde los internautas pueden escuchar las novedades de 60 discográficas, conocer las listas oficiales de ventas en España y acceder a información detallada sobre los artistas.

Además, el usuario puede

**La patronal de las discográficas lanza su portal de música, con obras de artistas de 60 compañías**

adquirir música legal, bien descargándola o escuchándola en *streaming*.

El portal no vende directamente, sino que actúa como un agregador de la oferta legal disponible: haciendo clic en un enlace al lado de cada canción o álbum, se puede acceder a servicios como YouTube, Spotify, iTunes, Yes.fm, Vodafone Music, Nokia Music Store, Movistar, Orange o Rockola.fm. “Estamos dando visibilidad a la oferta de música legal”, explicó Antonio Guisasaola, presidente de Promusicae.

Ono reduce ventas un 5% pero mejora el ebitda y los márgenes

I.C. Madrid

Ono, el grupo de cable más grande de España ha visto como la crisis y la reducción de consumo de sus clientes (sobre todo en llamadas fijo-móvil y en el consumo de eventos de televisión de pago) ha recortado sus ingresos en los nueve primeros meses del año en un 5%, hasta 1.140 millones de euros.

Sin embargo, el esfuerzo de control de costes, la reducción de plantilla acometida en 2008 (que redujo la plantilla en mil empleados, un 30% del total) y el recorte de las inversiones, ha permitido que el resultado bruto de explotación (ebitda) mejore un 3,5%, hasta 541 millones, y por tanto que el margen de ebitda sobre ventas crezca en 4 puntos hasta 47,4% respecto al mismo periodo del año anterior. Conforme se baja en la cuenta de resultados, estos mejoran, ya que el flujo de caja operativo ha crecido un 72% hasta 390 millones, y el resultado neto casi se multiplica por tres, pasando de 17 millones en 2008 a 41 millones en 2009. El grupo, aletargado comercialmente en 2008, ha logrado sumar en estos nueve meses 31.000 clientes nuevos de Internet (casi todos en los últimos meses) hasta 1.303.000 usuarios, pero ha visto que el volumen de clientes totales se ha reducido en un 2,7% hasta 1.819.000 abonados, a pesar del tirón de su oferta de fútbol televisado, Gol TV que ha logrado 100.000 usuarios.

## Movistar será la marca de los servicios de Telefónica

**LA ENSEÑA MÓVIL CUBRIRÁ ESTA PRIMAVERA TODAS LAS MARCAS DE PRODUCTOS FIJOS, MÓVILES Y TV DE PAGO**

I.C. Madrid

Telefónica cambiará en 2010 las marcas de sus productos principales en todo el mundo, que pasarán a llevar, en España y Latinoamérica, el prefijo Movistar y el apellido de cada servicio, como por ejemplo *Movistar Banda Ancha*, en el caso del ADSL; *Movistar Línea Fija*, en el caso del teléfono doméstico; o *Movistar Televisión*, en el caso de Imagenio, aunque estas pueden no ser los nombres definitivos.

En el resto de Europa ocurrirá lo mismo, pero, en esos países, el común denominador será O2, mientras que la marca Telefónica se reservará sólo para el área institucional. La implantación se desarrollará a lo largo de 2010 y



El nuevo logo de Movistar se usará para todos los servicios.

aunque se iniciará en primavera, en cada país llevará su propio ritmo, por lo que se prolongará hasta otoño. Sólo Brasil, donde no existe la marca Movistar (el negocio móvil es compartido con Portugal Telecom y se llama *Vivo*) se retrasará hasta 2011, según Belén Amatriáin, directora de Marketing Global del Grupo Telefónica.

Otra excepción será la gestión comercial ante las grandes multinacionales, donde se

mantendrá la marca *Telefónica*, ya que es la que se beneficia más de la imagen de fortaleza del grupo.

**Nuevos logos**

También se retocarán ligeramente los logotipos de Telefónica y de Movistar, para adecuarlos a sus nuevas funciones. Con el de Telefónica se busca que pierda algo de carácter comercial y gane aspecto institucional, mientras que el de Movistar se preten-

**Se creará la oficina del ‘guardián de la marca’, que velará por la integridad de las tres enseñas**

de que pierda juventud, un atributo más ligado a los móviles, y se haga más maduro, para que acoja los productos fijos y de banda ancha. El logo de Telefónica cambiará el verde pistacho de las letras por el blanco, mientras que el fondo, que mantendrá el azul predominante, presentará una degradación del tono, más oscuro a la izquierda y más claro a la derecha.

Por su parte, la “m” de Movistar pierde el bicolor en ver-

de y amarillo –será sólo verde– y adelgaza para que sea menos redonda y pierda volumen. Las letras de la palabra se ensanchan para hacerlas más sólidas.

Además se creará la figura del *guardián de la marca*, una oficina formada por personal externo experto en comunicación e imagen que contará con seis sedes en España, Reino Unido, Brasil, México, Argentina y Colombia. Estos expertos, unos setenta en total, se asegurarán de que la comunicación de todos los productos y servicios, la publicidad, los patrocinios, etc., estén ajustados a los valores y el diseño que se prete-

nden atribuir a las tres marcas del grupo.

Echevarría: “Habrá más alianzas de TV que fusiones”

J.M. Madrid

El presidente de Telecinco, Alejandro Echevarría, aseguró que las cadenas “están hablando todas con todas”, aunque ha reconocido que las fusiones son complicadas y difíciles de hacer, “hay que determinar las reglas del juego y eso lleva su tiempo”, aunque se mostró convencido de que “en próximos meses se harán algunas alianzas”.

Echevarría explicó que las televisiones pedirán al Gobierno una rebaja del 3% de sus ventas que han de ceder a TVE para su financiación, tras ingresar la televisión pública 100 millones en publicidad desde el verano.