

## pantallas

### Publicidad

# Los anuncios de bebidas se saltan la autorregulación

I. G., Madrid

Las bebidas alcohólicas incumplen en sus anuncios las normas que acordó la industria. De 4.800 anuncios publicados en diarios y revistas analizados en el periodo de enero a mayo de 2008, 3.356 no aportan los índices de graduación alcohólica y 3.060 no incluyen ninguna recomendación de consumo moderado, según un estudio elaborado por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC). Por tanto, incumplen las restricciones del código de autorregulación publicitario de la Federación Española de Bebidas Espirituosas y de la Asociación de Cerveceros de España. La supresión de los datos citados se registra "sobre todo en la publicidad de vinos", pero también "se encuentra en la de cervezas y en la de bebidas destiladas".

El informe asimismo señala que 651 anuncios relacionan el consumo de alcohol con el éxito profesional, social o sexual y 190 están situados en las portadas o contraportadas de las pu-

blicaciones, práctica que prohíben expresamente sus códigos de autorregulación.

La AUC muestra una especial preocupación por la publicidad de cervezas por su elevada presión publicitaria en televisión. Según datos de Infoadex, correspondientes al periodo enero-abril de 2008, los fabricantes de cervezas destinan el 86,5% de su inversión publicitaria a la televisión, "el medio más cercano los jóvenes". La crítica de la AUC también se extiende a la práctica común de considerar a la cerveza como "bebida refrescante" e incluso "dietética" minimizando por tanto "su carácter alcohólico".

El estudio pone de manifiesto "algunos puntos negros" como "la publicidad exterior en vallas o fachadas" a pesar de que en la mayoría de las autonomías está prohibido el consumo en la vía pública. La AUC pide una regulación más firme, poner coto a las promociones orientadas a jóvenes y prohibir cualquier alusión a los "valores nutricionales" de la cerveza y el vino.

### Eurocopa

## La audiencia aplaude la cobertura de Cuatro

EL PAÍS, Madrid

Un 75% de la audiencia valora más la cobertura de Cuatro de la Eurocopa que las realizadas por TVE-1 en ediciones anteriores del campeonato continental, según un informe de la empresa de investigación de mercados GFK. El estudio elaborado sobre una muestra de 1.023 entrevistas concluyó el 27 de junio, dos días antes de la victoria de la selección nacional después de 44 años.

En una escala de 0 a 10, la implicación de la cadena de Sogecable con el combinado de Luis Aragonés (8,9) y la emoción de su tratamiento (9) son los dos atributos más apreciados por los encuestados que evalúan sobremanera la simpatía de los locutores y comentaristas (8,5). Manu Carreño, Julio Maldonado *Maldini* y Manolo Lama, con 8,2 puntos cada uno, encabezan la clasificación. Además, un 85% conoce el lema *Podemos*.

### Descargas



Vídeo de YouTube del programa de la gala de los premios MTV 2007.

## Comienza el cerco a la barra libre en Internet

- ▶ YouTube tendrá que revelar datos de los usuarios
- ▶ Los británicos que usan el p2p reciben cartas de aviso

RAMÓN MUÑOZ  
Madrid

Era demasiado bonito para ser cierto. Llegar a casa, encender el ordenador y ver o descargar tu vídeo favorito sin pagar un euro. Un repertorio audiovisual casi infinito que abarcaba desde el programa de televisión que nos perdimos ayer, la casposa canción del verano o un documental raro que nunca se puso a la venta. Pero los tiempos de la barra libre en Internet tocan a su fin.

El cerco se estrecha en varios frentes. Un juzgado del Estado de Nueva York ha obligado a YouTube, propiedad de Google, a remitir a Viacom el registro de todos los vídeos de los programas de la productora que han

visto sus millones de usuarios, así como la dirección IP (el número que identifica la conexión a Internet desde un ordenador) de cada uno de ellos.

Viacom, propietaria de marcas como MTV, Paramount o Dreamworks, demandó a Google en marzo de 2007 por permitir la visión de vídeos de sus programas sujetos a derechos de autor, y le pidió una indemnización de 1.000 millones de dólares. Viacom calcula que 160.000 vídeos de sus programas habían sido vistos más de 1.500 millones de veces en YouTube sin ningún tipo de autorización.

El juez ha desestimado el argumento de Google de que revelar las direcciones IP atentaba contra el derecho a la intimidad de sus usuarios al tratarse de da-

tos personales. Para el magistrado, se trata de datos fundamentales para la resolución del caso, por lo que obliga a Google a que comparta los registros de YouTube, con millones de datos, y copias de los vídeos, que ocupan 12 terabytes de memoria (12 millones de megas).

Pero al portal de vídeos se le puede acabar el chollo en que basa su negocio ante la lluvia de querrelas. Tele 5 presentó el pasado 19 de junio una demanda ante un juzgado de Madrid contra la *web* por difundir ilícitamente contenidos de la cadena. La Fox, en EE UU, y la principal cadena francesa también han demandado a YouTube, y la prensa escrita belga se ha querrellado contra Google.

Mientras tanto, en el Reino

### Leído en EL PAÍS.es

## El rescate de Betancourt sacude la 'web'

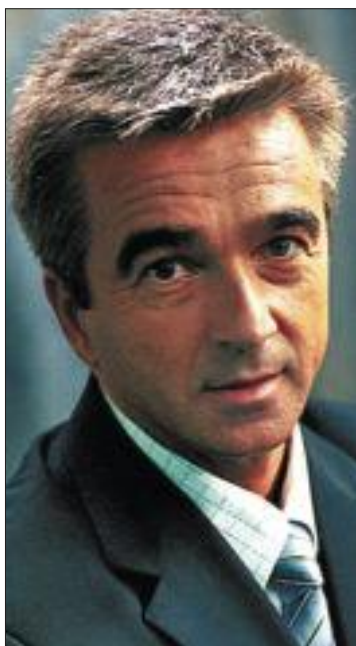
ABEL GRAU, Madrid

La liberación de Ingrid Betancourt sacudió la *web* el miércoles por la noche. La noticia de que la ex candidata a la presidencia de Colombia había sido rescatada tras permanecer secuestrada seis años por las FARC generó un aumento del tráfico del 50% en dos horas.

La cifra de usuarios procedentes de Colombia se duplicó y pasó de la décima posición a la cuarta, tras España, EE UU y México, en la lista de los países

que más visitan la *web*. La cobertura de la liberación acumulaba más de 182.560 visitas y 530 comentarios a las 19.00, y ocupó la primera y segunda posiciones. El reencuentro con su familia y sus primeras palabras fueron las noticias más valoradas y enviadas.

Cerraba el podio la disculpa de la periodista de TVE María Escario, que pidió perdón a Colombia y Ecuador tras reconocer que un comentario hecho durante un programa pudo sonar "xenófobo".



Carles Francino.

### Radio

## Microrrelatos con maxipremio

EL PAÍS, Madrid

Carles Francino cierra la temporada de *Hoy por hoy* con la entrega esta mañana, en el auditorio de la Casa Encendida, en Madrid, del premio literario mejor pagado de la literatura española. 6.000 euros por cien palabras se embolsará el ganador de la final de relatos breves.

En el concurso que puso en marcha en septiembre el magazine matinal de la cadena SER han participado 25.000 oyentes. De todos los microtrabajos reci-

bidos han quedado 10 finalistas. Un comercial, un consultor, un albañil, dos periodistas, dos ingenieros, una profesora de lengua, un monitor deportivo y un instalador de aire acondicionado optarán al premio.

El jurado, presidido por Juan González, director general de Alfaguara, está compuesto por Javier Rioyo, Luis del Val, Rosa Montero, Javier Sagarna, director de la Escuela de Escritores, y los oyentes. El nombre del ganador se dará a conocer a partir de las once de la mañana.