

internet

# Hadopi, brandon de discorde en Espagne

Un projet de loi visant à créer une commission administrative habilitée à bloquer des sites offrant des liens vers des contenus protégés par les droits d'auteur brise l'unité du monde artistique en Espagne.

Artistes, internautes et gouvernement se déchirent en Espagne depuis plus d'un an autour de l'élaboration d'une loi visant à lutter contre les téléchargements illégaux. Le débat a même brisé l'unité du monde artistique. Après avoir tenté de se poser en médiateur entre internautes et créateurs, le réalisateur Alex de la Iglesia vient d'annoncer sa démission du poste de président de l'Académie du cinéma à cause du projet, qu'il juge « désastreux ».

Défendue par la ministre de la Culture, Angeles González-Sinde (également réalisatrice), la loi vise à créer une commission administrative, nommée par le gouvernement, qui pourra ordonner la fermeture de sites Internet proposant des liens

vers des contenus protégés par des droits d'auteurs. Pas question, donc, d'agir contre les internautes « pirates », comme le fait Hadopi en France. Mais cela n'empêche pas ces derniers de lutter féroce­ment contre une loi qu'ils estiment faite sur mesure pour les multinationales et les sociétés de gestion de droits d'auteurs, très impopulaires en Espagne. Des documents révélés par Wikileaks témoignent de pressions venues de l'administration américaine sur cette question. Cette dernière inclut régulièrement l'Espagne dans sa liste noire des « pays pirates ».

## Ressuscité au Sénat

Fin décembre, les députés ont rejeté à l'Assemblée le projet de loi Sinde. Depuis, la ministre a imposé la tutelle judiciaire de la commission administrative et allongé de quatre à quinze jours le délai précédant la fermeture du site. Assez pour convaincre les parlementaires du principal parti de l'opposition qui viennent, avec les socialistes au pouvoir, de ressusciter le projet au Sénat. La loi « garantit les droits de tous », a affirmé la ministre après cette victoire.

Enrique Dans, professeur de systèmes d'information à l'IE Business School, n'est pas du même avis : « Ces changements ne sont que cosmétiques. Le juge n'aura à se prononcer que sur le respect des droits fondamentaux, mais pas sur le bien-fondé du blocage du site. Pourquoi cherche-t-on à contourner ainsi les magistrats ? Parce que dans tous les procès ouverts jusqu'à maintenant en Espagne, il a été jugé que de tels sites n'étaient pas illégaux. »

Selon une association d'entrepreneurs spécialistes du numérique, la loi expose les acteurs du Web à une « insécurité juridique croissante » car elle est rédigée de telle façon qu'elle pourrait s'appliquer contre un blog, ou même contre Google. Du côté des maisons de disques, ce vote n'est qu'un « premier pas dans la bonne direction. »

Élodie Cuzin, à Madrid



DK

« L'Ipad nous oblige à réimaginer complètement le métier de journalisme », a indiqué le patron de News Corp, Rupert Murdoch, en présentant à New York The Daily, le premier quotidien virtuel sur la tablette d'Apple.



## numérique

# The Daily en croque pour Big Apple

Le premier quotidien virtuel sur Ipad a été lancé le 2 février par News Corp. Rupert Murdoch, pionnier du média tactile ?

« Une nouvelle époque demande un nouveau journalisme. L'Ipad nous oblige à réimaginer complètement notre métier », estime Rupert Murdoch, patron de News Corp, au moment de la présentation à New York du premier Daily, son quotidien en ligne spécialement mis au point pour la tablette d'Apple. Malgré l'absence du gourou d'Apple, Steve Jobs, pour cause de maladie, les « geeks » se sont d'ores et déjà emparés de l'objet numérique. « C'est un produit cool et drôle », juge Damon Kiesow, l'expert en nouveaux médias du Poynter Institute. « On n'a pas l'impression d'avoir un quotidien en mains. » The Daily a plus l'apparence d'un magazine. Il est très riche en photographies couleurs et truffé de graphiques. Du bout de son doigt, le lecteur peut faire pivoter la photo. Il a les moyens de consulter la météo, de faire un sudoku et, grâce à son code postal, The Daily lui donne des nouvelles personnalisées sur les équipes sportives de sa région.

## Attirer les natifs du numérique

L'équipe d'une centaine de personnes recrutées dans les grandes rédactions américaines a eu six mois pour créer sa première édition. « Peut-vent-ils recommencer demain, le jour d'après et le jour suivant avec un journal de cent pages entièrement différent ? », s'interroge Damon Kiesow. Rupert

Murdoch, qui a mis 30 millions de dollars dans ce lancement, y croit. Et il se dit prêt à dépenser un demi-million de dollars chaque semaine pour poursuivre l'aventure.

Sont bien sûr ciblés les jeunes, les fameux natifs du numérique tombés dès leur enfance dans le chaudron informatique, sauf que ce ne sont pas de grands lecteurs de quotidiens... Mais Rupert Murdoch croit pouvoir les attirer avec ses histoires, visibles n'importe quand et n'importe où. Et loin de Twitter, Facebook, YouTube, ses concurrents sur la Toile... Pour ce faire, le magnat propose un fort complément audio et vidéo. Le lecteur peut partager ses coups de cœur avec ses amis sur Facebook, il peut mettre de côté une histoire à lire plus tard. Et le contenu people, plein de ragots sur Hollywood et New York, est censé le faire revenir le lendemain.

La direction de News Corp dit avoir limité les coûts de fonctionnement en évitant les cases imprimerie et distribution. Le lecteur devra s'acquitter de son abonnement sur son compte iTunes, à savoir 0,99 dollar par semaine ou 40 dollars par an. Pour l'instant, Rupert Murdoch se dit fidèle à Apple. Mais lorsque les autres acteurs du Net développeront leurs propres tablettes, The Daily les suivra. Fidèle à la pomme, mais pas trop.

Caroline Talbot, à New York



© Cherra Moyas/EFE/Anapp

Pour Angeles González-Sinde, la ministre de la Culture qui défend ce projet, « la loi garantit le droit de tous ».