



RECULL DE PREMSA

10/10/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PREMSA

2

INTERNET

25



PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/10/13	EN MARCHA EL CONCURS PERIODÍSTIC JOSEP PERNAU / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	5	1
10/10/13	EL CONCURS PERIODÍSTIC PER A ESCOLARS LLEIDATANS JOSEP PERNAU ARRIBA A LA VUITENA EDICIÓ / SEGRE	6	1
10/10/13	COMMEMORACIÓ DELS 80 ANYS DE LA REVISTA 'ANNALS' / EL PUNT AVUI	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/10/13	TV3 RESERVA LOS TERMINOS "NACIÓN" Y "PAIS" PARA REFERIRSE SOLO A CATALUÑA / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	9	1
10/10/13	'ELECONOMISTA.ES' CRECE MÁS DE UN 60% EN AMÉRICA MIENTRAS QUE 'EXPANSIÓN' CAE EL 13% / EL ECONOMISTA	10	1
10/10/13	SECUESTRADOS EN SIRIA OTROS DOS PERIODISTAS GALOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	11	1
10/10/13	PIERRE LESCURE «EL TODO GRATIS ES UNA AMENAZA PARA LOS CREADORES» / ABC (EDICION NACIONAL)	12	2
10/10/13	THE FINANCIAL TIMES' ACELERA SU TRÁNSITO HACIA LA EDICIÓN ELECTRÓNICA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	14	1
10/10/13	'FINANCIAL TIMES' ANUNCIA UN GRAN REDISENY DEL DIARI L'ANY QUE VE / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	15	1
10/10/13	SEGRESTATS A SÍRIA DOS PERIODISTES MÉS, AQUESTS FRANCESOS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	16	1
10/10/13	CATALUNYA RÀDIO I TV-3 JA TENEN GUIA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
10/10/13	L'ARA ACOSTA EL PERIODISME ALS ESTUDIANTS UNIVERSITARIS / ARA	18	1
10/10/13	TV3 PRESUME DE «TRANSPARENCIA» CON LA EDICIÓN EN PAPEL DE SU LIBRO DE ESTILO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	19	1
10/10/13	ESTAMOS DE MUDANZA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	20	1
10/10/13	ALIANZA AUDIOVISUAL CONTRA LA PIRATERÍA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	21	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/10/13	LA CMT FALLA CONTRA TELEFÓNICA Y VODAFONE: LA TASA PAGADA POR RTVE ES CONSTITUCIONAL / ABC (EDICION NACIONAL)	22	1
10/10/13	EURONEWS ES PODRÀ VEURE A LES GOOGLEGLASS / ARA	23	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



VIII EDICIÓN / PUEDEN PARTICIPAR LOS ALUMNOS DE ESO, BACHILLERATO Y CICLOS FORMATIVOS

En marcha el Concurs Periodístic Josep Pernau

LLEIDA • En marcha el Concurs Periodístic Josep Pernau. La Paeria y el Col·legi de Periodistes de la Demarcació de Lleida presentaron ayer la VIII edición del certamen, que reconoce las mejores cartas al director y artículos de opinión redactados por alumnos de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos, y que presenta este año como novedad la división en dos de la categoría de ESO para fa-

► Este año se han establecido tres categorías

vorecer que los alumnos más jóvenes también puedan optar a un premio.

El objetivo del concurso es ofre-

cer a estudiantes la oportunidad de expresar y dar a conocer su opinión sobre los temas que les gustan o preocupan, fomentar en los jóvenes una actitud reflexiva y crítica y favorecer la expresión escrita. Los participantes pueden participar en una de las tres categorías.

El premio se incluye en el programa educativo municipal *Educació a l'Abast*, que organiza la concejalía de educación e infancia para los centros educativos de Lleida. El concurso periodístico Josep Pernau lleva este nombre en homenaje al reconocido periodista leridano, que murió el 14 de noviembre del 2011.



LA PAERIA

Las bases del Concurs Periodístic Josep Pernau se hicieron públicas ayer



JOVENTUT CERTAMEN

El concurs periodístic per a escolars lleidatans Josep Pernau arriba a la vuitena edició

[LLEIDA] La regidoria d'Educació de la Paeria i el Col·legi de Periodistes a Lleida van presentar ahir la vuitena edició del concurs periodístic Josep Pernau, que consisteix en l'elaboració de cartes al director per part dels alumnes d'ESO i d'articles d'opinió dels de batxillerat i cicles formatius. La novetat d'aquest any és que s'ha desdoblada la categoria de l'ESO (1-2 i 3-4) per afavorir que més alumnes puguin optar als premis.

Els participants poden escriure sobre qualsevol temàtica del seu interès, en català o castellà. El concurs compta amb la col·laboració de diferents mitjans de comunicació, entre els quals hi ha SEGRE, per difondre els articles guanyadors i finalistes.

El regidor d'Educació, Jesús

Castillo, va destacar "la importància d'estimular els alumnes gràcies als mitjans de comunicació". També va remarcar l'alta participació que té el certamen. Per la seua part, el vice-

NOVA CATEGORIA

Es desdobra la categoria de l'ESO per afavorir que més alumnes puguin optar als premis

president del Col·legi de Periodistes a Lleida, Jesús Riverola, va assegurar que "el premi vol fomentar l'esperit crític entre els alumnes". La data límit de presentació dels treballs és el 15 de desembre. La guanyadors s'emportaran una taula.



PERIODISME

Commemoració dels 80 anys de la revista 'Annals'

El Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) homenatja avui els 80 anys de la revista *Annals del Periodisme Català*, que ha estat recentment digitalitzada al dipòsit cooperatiu Revistes Catalanes.

L'acte, que tindrà lloc avui a dos quarts d'una del migdia a la sala d'actes del Col·legi, tindrà la participació del periodista Josep Cuní; el catedràtic de periodisme de la Universitat Pompeu Fabra Jaume Guillamet; el degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, i la periodista Margarita Rivière. La revista *Annals del Periodisme Català* va ser editada pel CPC entre els anys 1984 i 1995. Anteriorment entre el 1933 i el 1936, va ser editada per l'Associació de Periodistes de Barcelona. La revista, en format de números monogràfics, feia una anàlisi i reflexió del gremi. ■ REDACCIÓ



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





TV3 reserva los términos «nación» y «país» para referirse sólo a Cataluña

El libro de estilo de la CCMA consagra a la cadena pública como estructura de Estado

Carlos Sala

BARCELONA- En su búsqueda por ser un medio de comunicación de referencia, independiente de los poderes políticos, y que refleje la pluralidad de la sociedad catalana en toda su diversidad, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) presentó ayer su «Libro de estilo». Es una guía básica de cómo los profesionales de TV3, Catalunya Ràdio y el resto de plataformas públicas han de informar sobre la realidad de una forma veraz, rigurosa y representativa. El resultado, inequívoco, es que desde los medios públicos se ha de legitimar las ansiadas estructuras de estado catalanas.

El documento, de cerca de 500 páginas, especifica que si se hace referencia al Gobierno, éste siempre será el catalán. Si se quiere hablar de España tendrá que referirse a «gobierno español». Ni siquiera podrá hablarse de «gobierno central», siempre tendrá que ser gobierno español. Lo mismo ocurre en otros campos informativos, por ejemplo, con la selecciones deportivas, que siempre serán la catalana y sino se hablará de selección española.

Ejemplos varios

Los ejemplos se repiten. «Términos como país, nación, nacional, gobierno y parlamento siempre harán referencia a Cataluña si no se especifica lo contrario», escriben dentro de los principios de la CCMA. El lenguaje nunca es inocente. Certificar las diferencias entre Cataluña y España son un objetivo prioritario. Incluso se aconseja no utilizar el término



Brauli Duart a punto de ser entrevistado por TV3 antes de la presentación del «Libro de Estilo» de la CCMA

nacional dentro de instituciones españolas. Por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística sería el instituto oficial de estadística española.

Según Brauli Duart, presidente de la CCMA, el libro representa la acumulación de 30 años de experiencia de los medios públicos catalanes y quiere influenciar al resto de profesionales del sector. «Necesitamos que el conocimiento que recoge el libro quede fijado para poder servir de manual en las facultades de periodismo, ser una referencia para los compañeros de profesión y una herramienta para la normalización de la lengua y el

país», comentó ayer Duart durante la presentación del libro.

Dentro del apartado «Denominaciones», el manual promulga el

AMBICIÓN PEDAGÓGICA

El manual quiere ser «referencia» obligada para las facultades de Periodismo

término «països catalans» para «referirnos al conjunto de los territorios de idioma catalán desde un punto de vista histórico, geográfico, lingüístico y cultural».

El manual también toca temas polémicos, como los criterios para informar de manifestaciones y otras expresiones cívicas, como lo

fueron la cobertura de la Vía Catalana o el «Concierto por la libertad». En este punto, indican que «se informará de manifestaciones y expresiones cívicas sin tomar partido por ninguna entidad o persona que participen, y no colaboraremos ni directa ni indirectamente en la convocatoria de actos que puedan comprometer el principio de im-

parcialidad». Y añade: «No convertiremos en una convocatoria encubierta el seguimiento previo de una manifestación», algo que por supuesto no hicieron con la cadena humana de la Diada.

En cuanto a los programas dirigidos a menores, se afirma que «los contenidos serán adecuados a la madurez del grupo de edad al que van dirigidos y buscarán favorecer el compromiso social y la convivencia desde la diversidad de opiniones culturales e ideológicas». El espacio «Info K» del 12 de septiembre, donde 8 niños reclamaban la independencia, no parece cumplir el apartado.

Ejemplos dentro del Manual

CORRECTO	• El término de «presidente del Parlamento» es correcto si hace referencia al catalán.	• Se podrá hablar de la vice presidenta catalana y la ministra de Justicia sueca por paralelismo.	• El presidente del Gobierno español, Mariano Rajoy, es la forma correcta de referirse al cargo.	• Decir que Dani Pérez es uno de los saxofonistas más aplaudidos de la escena española.	• La Policía Nacional será un término correcto, pero se aconseja no hablar de institutos nacionales.	• Cuando se hable de selecciones deportivas, se nombrará «selección» cuando sea la catalana.	• El Premio Nacional de Danza hará referencia a la institución catalana, nunca a la española.
	INCORRECTO	• No se podrá usar el término de presidente del Parlamento si éste hace referencia expresa al español.	• Nunca se podrá hablar de «la soprano catalana Montserrat Caballé» por reiterativo.	• No se podrá decir «el presidente del Gobierno central, Mariano Rajoy» en ningún caso.	• Decir que Dani Pérez es uno de los saxofonistas más aplaudidos de la escena estatal.	• Nunca se hablará de Policía Estatal ni tampoco de Instituto de Estadística si no se añade «oficial español».	• Nunca podrá usarse la palabra selección para los equipos nacionales, ni decir selección catalana.



'elEconomista.es' crece más de un 60% en América mientras que 'Expansión' cae el 13%

Los usuarios globales del digital de Ecoprensa superan los 6 millones y más que duplican a 'Expansión'

elEconomista.es MADRID.

2013 vuelve a convertirse en un año de hitos para el líder indiscutible de la prensa económica en toda España. *elEconomista.es* no sólo ha conseguido más que duplicar en audiencia a *Expansión*, al registrar más de seis millones de usuarios únicos al cierre del mes de julio, sino que además ha barrido en audiencia, literalmente, al económico de Unidad Editorial en América.

Tras el lanzamiento de *elEconomistaAmerica.com*, el portal económico para toda Latinoamérica y Estados Unidos, *elEconomista.es* ha registrado un aumento de su audiencia en Latinoamérica, desde finales de abril hasta el cierre de julio, de más de un 60 por ciento; mientras que *Expansión*, que lanzó el mismo día su portal para América Latina, ha registrado, en ese mismo periodo, una caída del 13 por ciento de usuarios únicos en Latinoamérica.

Así, según los datos de *comScore*, el medidor único de audiencia de los medios digitales en España, el digital de Ecoprensa registra, al cierre de julio, un total de usuarios únicos en Latinoamérica y Estados Unidos de 2.265.514 frente a los 1.414.221 del mes de abril. Mientras que el económico de Unedisa obtiene, en el mismo periodo, apenas 281.047 usuarios únicos en Latinoamérica y Estados Unidos. Un dato que supone una diferencia en el total de audiencia de más del 800 por ciento de *elEconomista.es* frente a *Expansión*.

Estos resultados además no sólo ponen a *elEconomista.es* en una posición privilegiada en la historia de los económicos de España, sino que representa todo un logro para *elEconomistaAmerica.com*, uno de los más ambiciosos proyectos editoriales lanzado por Ecoprensa que ha



Su portal para 'Latam' nació el mismo día que 'elEconomistaAmerica.com'. EE



Francisco Rodríguez García

Nuevo delegado en Colombia

Para seguir reforzando nuestra presencia en Colombia, 'elEconomistaAmerica' tiene un nuevo delegado en ese país. Se trata de Francisco Rodríguez García, periodista especializado en medios de información económica, empresarial, financiera y política, que ha trabajado en distintos medios escritos, radio, televisión e Internet, así como en la dirección de consultorías en comunicaciones. Ha sido Senior Editor en 'I+N magazine' y editor general en el diario 'La República'.

supuesto entrar en México, Chile, Brasil, Argentina, Perú y Colombia, con seis delegaciones. Además de reforzar la presencia que desde hace años mantiene en EEUU.

Fuerte crecimiento en México

Hay que destacar que, según los mismo datos de *comScore*, dos de los tres crecimientos más significativos en la audiencia de Latinoamérica se han registrado en México, en donde han aumentado, al cierre de julio, en más de un 67 por ciento los usuarios únicos, hasta los 506.119. Mientras que, en el caso de Argentina, la audiencia alcanza los 434.419 usuarios únicos, es decir, una cifra que supone un incremento de más del 80 por ciento desde abril.

Otro dato a destacar es el gran impacto que ha tenido el lanzamiento de *elEconomistaAmerica* en Brasil con un portal que se edita en portugués y que ha registrado un crecimiento hasta finales de julio de más del 500 por ciento. Todo lo contrario ocurre en *Expansión*, que tras su incursión a Latam, paradójicamente, registra una caída de su audiencia de un 13,2 por ciento en México y que además ve caer también su audiencia en Colombia y Argentina.

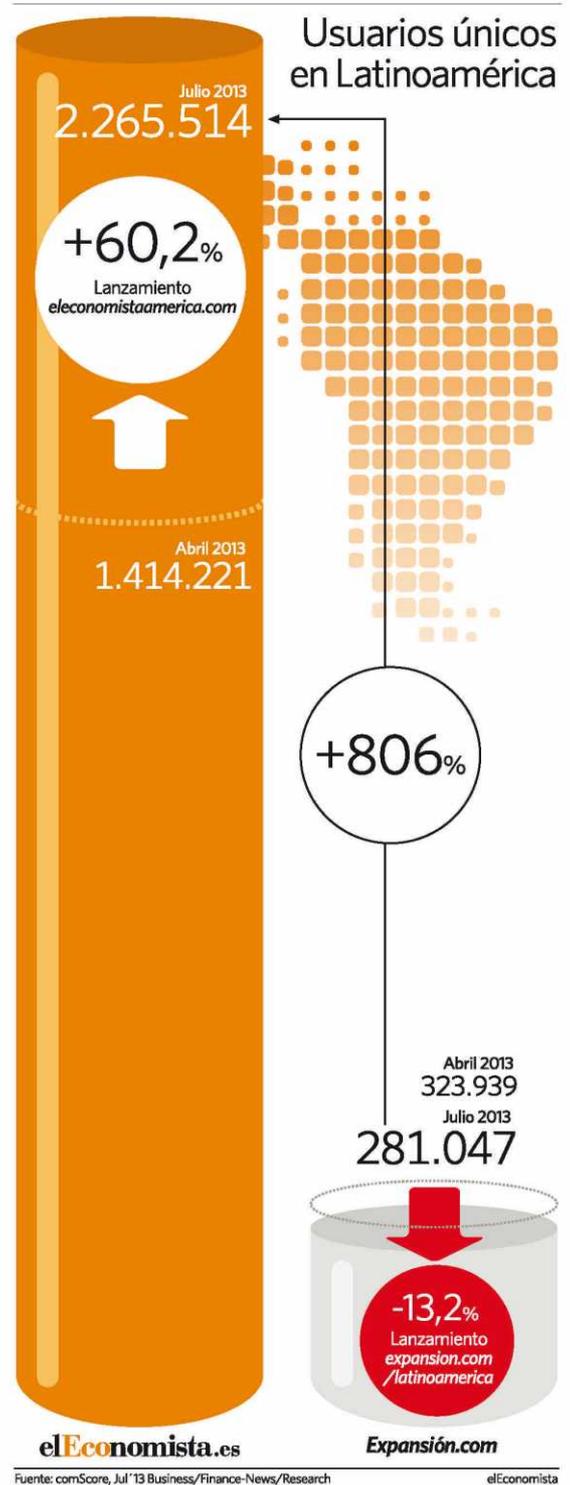
'elEconomistaAmerica.com' estrena 28 nuevos índices para Latinoamérica

elEconomistaAmerica.com MADRID.

Fieles a ofrecer las mejores y más completas herramientas de inversión, *elEconomistaAmerica.com* estrena nuevos índices. En México se han incorporado cuatro índices inéditos en España y de interés por su carácter sectorial (como el índice *Habita* para el sector de la vivienda en ese país). Pero hay más, como

prueba de la ambiciosa capacidad de datos que puede encontrar en el nuevo portal, en Brasil se han añadido entre índices selectivos (como el IBX 50) y sectoriales, nada menos que 17 índices. En el caso de Chile se estrena el IGPA, el otro índice de referencia bursátil y el COLCAP de gran importancia para invertir en Colombia. Y no acaba aquí. En las próximas semanas dichos

índices se completarán con fichas adicionales de empresas y, para algunos países, se añadirán datos exclusivos de las empresas cotizadas latinoamericanas. Así, *elEconomistaAmerica* se convierte en el principal referente bursátil para los inversores del arco americano. Puede consultar los nuevos índices aquí: www.elEconomistaAmerica.com/indices-latinoamericanos.



elEconomista.es

Expansión.com

Fuente: comScore, Jul '13 Business/Finance-News/Research

elEconomista



> GUERRA CIVIL EN SIRIA / Los riesgos de informar



Combatientes del Ejército Libre de Siria preparan armas para lanzar una ofensiva en Aleppo. / REUTERS

Secuestrados en Siria otros dos periodistas galos

Con Nicolas Hénin y Pierre Torrès ya son cuatro los reporteros franceses raptados

JUAN MANUEL BELLVER / París
Corresponsal

Nicolas Hénin y Pierre Torrès son las dos últimas víctimas colaterales de esa guerra civil siria que respeta cada vez menos a la prensa extranjera. Según reveló ayer el primer ministro francés, Jean-Marc Ayrault, a la emisora Europe 1, los dos periodistas se encuentran secuestrados en aquel país desde el pasado mes de junio, pero su situa-

ción no se ha hecho pública hasta ayer por deseo de sus allegados.

Hénin, de 37 años, se hallaba en tierra siria por quinta vez elaborando un reportaje para el semanario político *Le Point*, mientras que su compañero Torrès, de 29, se disponía a cubrir como reportero gráfico las elecciones organizadas por el municipio de Raqqa. Según la cadena France 24, el primero es delegado de la agencia de noticias

Solas Films en África y Oriente Próximo desde hace siete años y ha trabajado en la región como corresponsal para *Arte*, *Le Point* o las radiotelevisiónes públicas francesa, suiza y canadiense.

Por su parte, Torrès es un joven fotoperiodista *freelance* especializado en conflictos armados, que ya cubrió en 2011 la revolución libia y se hallaba en su segunda visita a Siria tras el inicio de la guerra.

«Para respetar la voluntad de sus familias, el anuncio de su secuestro fue diferido y mantenido como confidencial hasta ahora», ha señalado en un comunicado el Ministerio de Exteriores francés, que ha subrayado que el Estado francés hace todo lo posible para conseguir su liberación. «El centro de crisis mantiene en todo momento informados a los familiares sobre la evolución de las gestiones realizadas», precisó el Quai d'Orsay.

En un comunicado, los parientes de ambos prisioneros han explica-

Experimentados en conflictos



> **Didier François.** Reportero de guerra de la cadena de radio Europe 1. Tiene 53 años.



> **Edouard Elias.** Fotógrafo independiente, de 22 años, fue contratado por Europe 1.



> **Pierre Torrès.** Fotógrafo *freelance*, de 29 años, había cubierto la revolución libia.



> **Nicolas Hénin.** Reportero de *Arte TV* y *'Le Point'* para Oriente Próximo y África, 37 años.

do que recibieron una prueba de vida de sus captores el pasado agosto, pero no tienen detalles actualmente sobre dónde se hallan retenidos y en qué situación están. «No

ha habido reivindicación hasta ahora. Varios grupos armados se disputan el control de Raqqa y tampoco está claro que los tengan aún en esta ciudad», añade el comunicado.

Al parecer, las familias no quisieron airear el secuestro de los dos periodistas con la esperanza de que éste se resolviera «rápido», pero ahora dicen: «Ha llegado el momento de enviar un mensaje y comunicarnos que estamos movilizados para conseguir cuanto antes su liberación». Según Afp, los parientes tenían previsto anunciar el secuestro el próximo día 13, durante la entrega de los premios Bayeux a los corresponsales de guerra, y la declaración del primer ministro francés les habría pillado por sorpresa.

Ayrault decidió informar del secuestro al ser preguntado por los otros dos informadores galos retenidos por bandas yihadistas en el país árabe, Didier François, de Europe 1, y el fotoperiodista Edouard Elias, desaparecidos el 6 de junio.

Con estos dos nuevos rehenes, el número oficial de envíos especiales galos tomados como rehenes en Siria se eleva a cuatro, tras la captura el pasado 6 de junio del enviado especial de Europe 1 Didier François y el fotoperiodista Edouard Elias, ambos secuestrados en la región de Aleppo (noroeste). Según declaró este domingo el titular francés de Asuntos Exteriores, Laurent Fabius, los dos se hallan vivos.

Al menos 24 periodistas extranjeros han sido secuestrados a lo largo del último año en Siria, de acuerdo con los datos difundidos por la ONG Press Emblem Campaign, que señala igualmente en su web que el número de informadores asesinados en este país en los últimos nueve meses se eleva a 13, siendo actualmente el destino más peligroso del mundo, por encima de Pakistán. Reporteros Sin Fronteras contabiliza en 18 el número de periodistas extranjeros secuestrados en Siria.

Entre los rehenes de la prensa internacional que se hallan en manos de distintas facciones de la guerrilla siria, figura el enviado especial de *El Periódico* Marc Marginedas, prisionero de rebeldes islamistas desde el pasado 4 de septiembre, cuando fue capturado junto a su chófer cerca de Hama, al oeste de Siria.



Pierre Lescure «El todo gratis es una amenaza para los creadores»

EXPERTO EN INDUSTRIAS CULTURALES

► El gurú de la excepción cultural francesa hablará mañana en el Instituto Autor de la aportación a las políticas culturales del nuevo entorno digital

JUAN PEDRO QUIÑONERO
CORRESPONSAL EN PARÍS

Pierre Lescure (París, 1945) comenzó siendo un periodista de rompe y rasga, para convertirse con rapidez en un gran empresario audiovisual a quien el Gobierno francés pidió un informe destinado a «revisar» las relaciones entre la cultura y las nuevas tecnologías.

Este informe se ha confirmado como un instrumento de trabajo de imprescindible consulta para quienes estén interesados en las políticas culturales en la era digital, con muchas dimensiones «revolucionarias» para el futuro de la creación y la difusión de obras de arte y productos audiovisuales.

Antiguo director general de Canal Plus, director del Teatro Marigny, animador de grandes programas de radio y tv, «agitador cultural», desde su adolescencia, Lescure se encuentra en una encrucijada ideal para comprender los intereses de los creadores, los productores, los difusores y los consumidores de cultura en la era digital. —¿Qué hay de positivo y que hay de potencialmente peligroso, contra la cultura, en las nuevas tecnologías de la comunicación y difusión de la cultura?

—Lo bueno y revolucionario es la difusión instantánea y planetaria de todo tipo de creaciones. Se trata de algo que debe alegrarnos y felicitarnos, algo muy bello. Cualquier escritor, fotógrafo, cineasta, cualquier creador de nuestro tiempo, puede dar a conocer sus obras de manera instantánea, a escala mundial. Solo podemos felicitarnos. —Al mismo tiempo...

—... Al mismo tiempo, esa difusión masiva e instantánea nos plantea nuevas dificultades y problemas. Todos estamos habituados a que todo es gratuito. Sin embargo, los consumidores de cultura deben comprender que el todo gratuito puede transformarse en una amenaza para muchos creadores. Es necesario encontrar un equilibrio entre nuestros deseos de consumir cultura gratuitamente y nuestra obligación de proteger a los creadores, necesitados de nuevos soportes para producir nuevas creaciones.

—El Estado, en definitiva, se está quedando obsoleto, impotente, ante los grandes medios de comunicación y difusión planetarios.

—El Estado puede y debe preservar normas de comportamiento, preservando la libertad de quienes quieren consumir gratuitamente... pero preservando también la libertad y los derechos de los creadores, que pueden estar amenazados y vulnerados, si nadie defiende la propiedad intelectual, si nadie favorece la inversión en nuevas creaciones de todo tipo.

—¿Cómo armonizar la tentación del consumo gratuito de productos culturales y la defensa de los intereses de productores y creadores?

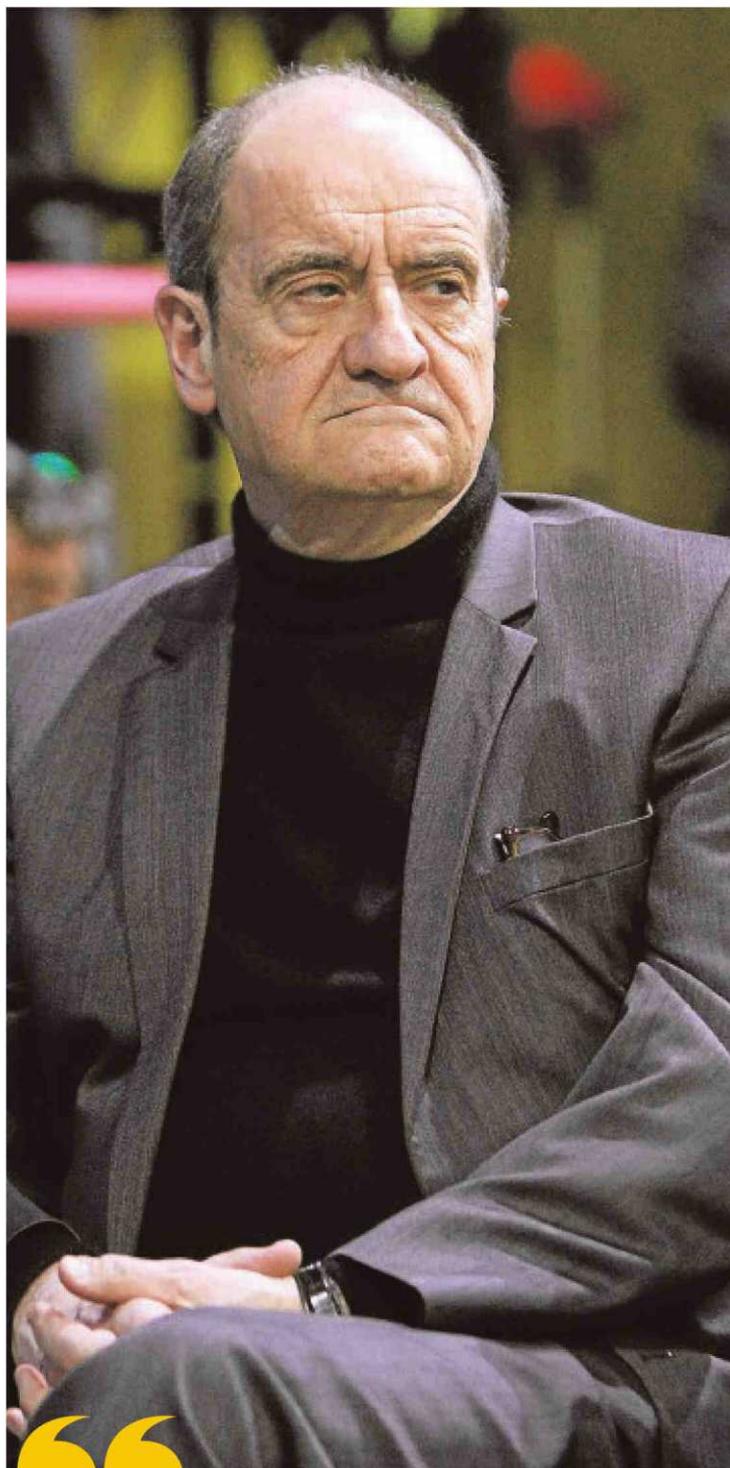
—Soy partidario de la negociación a varias bandas, a escala nacional y a escala europea. En Francia, en España, en Europa, el Estado puede favorecer la negociación entre todas las partes concernidas por la economía y difusión de la cultura. Esa negociación debe ser flexible y puede ser válida para tres o cuatro años, cuando la evolución de las tecnologías y el consumo siga evolucionando. Esa negociación debe permitir que los creadores vean remunerado su trabajo, facilitándose, al mismo tiempo, la emergencia de nuevas formas de financiación de la creación.

—¿Qué quiere decir, de manera concreta?

—Quiero decir que los Estados europeos, a escala nacional, y Europa, a escala colectiva, deben implicar a los grandes grupos internacionales en la defensa y financiación de los nuevos y futuros productos audiovisuales, del reportaje a la creación pura. Es imprescindible hacer comprender a los grandes grupos de la nueva economía digital que su interés empresarial también pasa por la protección e inversión en las creaciones de mañana.

—¿En qué pueden coincidir los intereses de Google, Apple o Amazon y un cineasta de vanguardia francés o español?

—Los nuevos directores de cine lo tendrán muy difícil para encontrar financiación, si el mercado deja la vía libre al todo gratuito. Será muy difícil que los Visconti o los Almodóvar de mañana puedan realizar sus películas. Desde hace años, muchas cadenas de Tv son «invitadas» a participar en la financiación del cine. Ante la emergencia de nuevas tecnologías, nuevos mercados y nuevos proyectos de creación, es necesario invitar a los grandes grupos internacionales a implicarse directamente en la financiación de las nuevas formas de creación.



Pierre Lescure



Interés mutuo

«Es imprescindible que los grandes grupos de la nueva economía digital vean que su interés empresarial también pasa por invertir en las creaciones de mañana»

Escala europea

«La remuneración de los creadores y la financiación de las creaciones de mañana pasa por un diálogo permanente, a escala nacional y a escala europea»



El gurú digital

El fin de la Ley Hadopi

Lescure recomendó en su informe «Acto II de la excepción cultural» la supresión de la Ley Hadopi que permitía cortar el acceso a internet a los vulneradores de derechos de propiedad intelectual.

Canon y vídeo bajo demanda

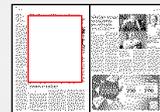
Lescure pidió al Gobierno francés el establecimiento de una tasa o canon a los dispositivos para financiar la creación y apostar por consumos audiovisuales ajenos a las ventanas tradicionales, como el vídeo bajo demanda.

Gran acuerdo

Implicar a Apple, Amazon, Google y otros gigantes del mundo digital en la financiación de contenidos, y negociar a múltiples bandas con creadores, productores y operadoras telefónicas a nivel nacional para dotar a la cultura Europea de defensas similares a la de EE.UU.

—¿Son válidas las mismas propuestas para productos como un vídeo de vanguardia o un libro de poemas?

—Todas las nuevas formas de creación tienen en común la utilización de nuevas tecnologías. Amazon se beneficia de la creación literaria, de los «productos» que escriben jóvenes y menos jóvenes. La creación de fondos destinados a las industrias del libro puede ser una vía de posible diálogo. La producción de películas o creaciones audiovisuales es una industria que necesita el apoyo de un diálogo de nuevo cuño entre el Estado, los grupos difusores internacionales y los grupos empresariales, o los sindicatos de productores de cultura. La remuneración de los creadores y la financiación de las creaciones de mañana pasa por un diálogo permanente, a escala nacional y a escala europea. El libro digital, el consumo de música ligera o la difusión de nuevas creaciones audiovisuales deben regularse, de alguna manera, a través del diálogo entre todos los actores individuales y empresariales de las nuevas culturas y formas de consumo emergente, que van a seguir evolucionando.



‘The Financial Times’ acelera su tránsito hacia la edición electrónica

El diario se limitará a una versión impresa y se nutrirá de la producción de la web

WALTER OPPENHEIMER
Londres

El diario londinense *The Financial Times* (FT) va a acelerar su transición hacia un diario fundamentalmente electrónico. En la primera mitad del año que viene publicará una sola edición impresa global, más delgada que la actual, que será más parecida a una revista que a un tradicional diario y que se nutrirá de la producción de la web, y no al revés. Así lo ha anunciado el director del diario, Lionel Barber, en un largo memorando enviado al martes a la redacción.

El anuncio de Barber supone un paso más en la estrategia desvelada ya en enero pasado de concentrar los recursos en la edición electrónica. “El proceso de publicación del diario como se hacía en los años setenta —incrementar de forma gradual los cambios para múltiples ediciones a lo largo de la noche— está muerto. En el futuro, nuestro producto impreso derivará de lo que ofrezca la web, y no al revés”, proclama Barber.

La edición de papel “continuará siendo una parte vital de nuestro negocio, contribuyendo de forma significativa a los ingresos por publicidad y circulación”, precisa el director del diario. Sus cumplidos al papel, sin embargo, se centran en su valor económico más que en el periodístico. Barber parece haber llegado a la conclusión de que el futuro del diario pasa exclusivamente por sus ediciones electrónicas. El fin del papel ya parece haberse decidido, pero la fecha dependerá de la capacidad de la edición impresa de seguir siendo rentable. Y, hoy por hoy, el papel sigue ganando más que las ediciones electrónicas.

El FT, sin embargo, parece estar mucho mejor situado que otros para rentabilizar el periódico *online*. Ha introducido con éxito un sistema flexible de suscripciones que permite acceder de for-



El futuro *Financial Times* será más delgado. /CHRIS RATCLIFFE (BLOOMBERG)

‘FT’ tiene ya más suscriptores digitales que ventas de la versión en papel

ma gratuita a una parte del contenido y cobrar tarifas de distintos niveles por el acceso a otras informaciones. Tiene la ventaja de que no es un diario de masas: se dirige a una audiencia elitista, del mundo de las finanzas y de la política, repartida por todo el globo. Puede cobrar mucho más que un diario convencional y depende menos del público local.

“Hemos transformado nuestro modelo de negocio, cargando con éxito por acceder a nuestro contenido y construyendo un negocio global de suscripciones”, presumió Barber. “El año pasado,

nuestras suscripciones electrónicas sobrepasaron por primera vez las cifras de circulación impresa. Hoy tenemos 100.000 suscriptores digitales más que ventas impresas”, aseguró.

Esas cifras, sin embargo, no dan una idea exacta de cómo va el negocio porque pueden deberse tanto a un aumento de suscripciones electrónicas como a una caída de ventas de la edición de papel. Y, más probablemente, al efecto combinado de ambos factores. Según ABC, el organismo que controla la circulación de la prensa británica, el FT vendió una media de 256.500 ejemplares entre marzo y agosto de este año, un 14,4% menos que el año anterior. Algo menos de un tercio son ventas en Reino Unido, algo más de un tercio en el resto de Europa y lo demás se lo reparten sobre todo EE UU y Asia.

El mensaje de Barber no intro-

duce novedades espectaculares respecto a lo anunciado en enero. El director del periódico ofrece, sin embargo, pistas muy interesantes sobre los cambios que los periodistas han de realizar en su forma de trabajar. El diario de papel, más reducido, lo llevará a cabo un pequeño equipo a partir del material de la web. El diario electrónico será un producto más pensado, concebido como un noticiario de televisión y con la intención de publicar historias en los momentos de máxima audiencia.

La redacción, tanto los editores como los reporteros, “tendrá que alejarse de la recolección reactiva de noticias para dar valor a las noticias en su contexto, al tiempo que seguirán siendo fieles a la búsqueda de un periodismo original e investigativo”, dice Barber. “El énfasis *online* estará en los artículos más que en las secciones”, señala el director del FT.



‘Financial Times’ anuncia un gran redisseny del diari l’any que ve

A la primavera, FT tindrà una sola versió impresa, que donarà valor afegit a les notícies més rellevants del web

LONDRES Agències

El *Financial Times* (FT) es renovarà la primavera del 2014 amb un nou disseny que afectarà no només la seva aparença sinó també els seus continguts, de manera que “el producte imprès derivarà de l’oferta web, i no al revés”, com fins ara. Així ho ha anunciat Lionel Barber, editor del rotatiu, en un comunicat a la plantilla que recull *The Guardian*.

El pla inclou llançar, per a la primera meitat del 2014, una sola edició de la seva versió impresa. “El nou FT serà redissenyat i actualitzat per reflectir els gustos i hàbits de lectura moderns”, explica. En aquest sentit, Barber assenyala que l’estil de publicació de diaris dels anys setanta, basat a anar realitzant canvis en múltiples edicions segons avança la nit, “està mort”. En el futur, el nostre producte imprès derivarà de l’oferta web, i no al revés”,



CHRIS RATCLIFFE / BLOOMBERG

L’edició de paper tractarà els temes més a fons

subratlla. El nou FT serà realitzat per un equip “petit”, enfocat al paper, i integrat en un gran equip encarregat de llançar notícies per al web durant el dia. En l’àrea del disseny, Barber va avançar que els esforços es posaran a les pàgines amb gràfiques i dades.

A més, canvia la filosofia. En la versió impresa es passa de donar notícies a oferir context i sobretot “valor afegit” a les històries més rellevants i que hagin estat notícia durant el

dia, posant l’accent en el periodisme d’investigació.

Quant a la versió en línia, canvien els temps. Les històries es publicaran al web pensant en aquells moments en què hi ha més gent navegant per internet més que en els “antics tancaments de la versió impresa”.

Tots aquests canvis implicaran que el diari transfereixi més recursos i personal que ara treballen en el tancament durant la nit al dia, i de la tar-

da al matí, tot amb l’objectiu d’atendre primer el web. El diari també reconeix que afegirà continguts elaborats per tercers.

Per Barber, aquests canvis són una “extensió lògica” dels realitzats pel diari durant l’última dècada. “Hem transformat el nostre model de negoci, cobrant per continguts i construint un negoci global de subscripcions”, assenyala. En

Les històries es publicaran al web en els moments en què hi hagi més gent a internet

aquest sentit, recorda que l’últim any les subscripcions en línia van ultrapassar la circulació impresa per primera vegada en la seva història. Actualment, el diari té 100.000 subscripcions digitals més que vendes del diari.

“No és el moment de quedar-se aturats. La competència al nostre sector per adaptar-se a un context en el qual cada vegada som llegits més a l’ordinador, telèfon i tauletes és més forta que mai”, assenyala.●



GUERRA CIVIL AL PRÒXIM ORIENT

Segrestats a Síria dos periodistes més, aquests francesos

• Nova concentració a EL PERIÓDICO en suport de Marginedas

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El primer ministre francès, Jean-Marc Ayrault, va revelar ahir que dos periodistes més francesos es troben segrestats a Síria des del juny passat, la qual cosa eleva a quatre el nombre de reporters d'aquest país captius. El periodista Nicolas Hémin i el fotògraf Pierre Torrès van ser segrestats el 22 de juny quan el pri-

mer treballava en un reportatge per al setmanari *Le Point* i la cadena Arte, mentre que el segon es disposava a cobrir les eleccions organitzades al municipi de Raqqa (centre-nord de Síria).

A Barcelona, centenars de persones van tornar a concentrar per reclamar l'alliberament de Marc Marginedas, enviat especial d'EL PERIÓDICO a Síria, on va ser segrestat fa 35 dies. ≡

Vegeu el vídeo de la concentració per Marginedas a www.elperiodico.cat



LLIBERTAT ▶ Centenars de persones, entre familiars (a la foto, rere la pancarta), amics i col·legues de professió, es van concentrar per tercera setmana consecutiva davant la seu d'EL PERIÓDICO per demanar l'alliberament de Marginedas.

ÁLVARO MONGE


CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS

Catalunya Ràdio i TV-3 ja tenen guia

► **La CCMA presenta el llibre d'estil que han d'usar els seus treballadors**



►► Portada del llibre d'estil.

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Després d'uns quants anys d'elaboració –es va començar a gestar el 2010, amb Enric Marín a la presidència–, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va presentar ahir a l'Institut d'Estudis Catalans el seu *Llibre d'Estil*, «plasmació del vincle ètic dels professionals de TV-3, Catalunya Ràdio i els seus mitjans digitals amb la societat», segons Brauli Duart, actual president de la CCMA.

El nou llibre d'estil, que té 493 pàgines (en paper ecològic), consta de tres apartats: la guia editorial, que és el nucli principal (i en vi-

gor des de juliol del 2010), els manuals (que concreten la Guia editorial i es van aprovar el juliol del 2011) i el portal lingüístic corporatiu (www.esadir.cat).

La guia «estableix els valors i els principis d'actuació i, al mateix temps, és una eina útil per resoldre conflictes deontològics, periodístics, estilístics o lingüístics que afectin els continguts en la tasca diària», ha explicat Duart. I encara que en principi només està plantejat com a eina bàsica de treball per als professionals de les empreses de la CCMA, el llibre és de lliure accés a través d'internet. D'aquesta manera, apunta el president de la Corporació, es vol «reafirmar la voluntat de difondre i compartir els nostres valors i les nostres pràctiques amb els professionals de la comunicació, de la docència, de les institucions i, en definitiva, de tota la ciutadania».

Com a exemple dels dubtes professionals que resol aquest llibre d'estil, TV-3 ofereix, en la seva presentació, alguns casos concrets: l'ús de càmeres ocultes per obtenir informació, com cobrir rodes de premsa en què no s'admeten preguntes, treure en pantalla menors d'edat, o persones acusades d'un delicte, l'ús de la llengua en un debat amb castellanoparlants, els límits de l'humor... També manté que el terme «nacional» només fa referència a Catalunya. ≡



El periodisme té un preu fa arribar l'ARA a les universitats catalanes.

L'ARA acosta el periodisme als estudiants universitaris

ARA

BARCELONA. L'ARA ha posat en marxa la iniciativa *El periodisme té un preu*, amb la qual vol contribuir a fomentar la lectura de premsa entre els estudiants universitaris catalans alhora que els consciència sobre el valor econòmic que tenen els diaris. En un context en què accedir a tota mena d'informació de manera immediata i gratuïta és cada vegada més senzill, l'ARA vol fer reflexionar els joves estudiants sobre la necessitat de pagar per la informació, ja que aquesta és la manera de garantir la sostenibilitat de les empreses que treballen per oferir un periodisme independent, rigorós i de qualitat.

Per aquest motiu, l'ARA ha instal·lat en diversos centres universitaris catalans uns suports on es posa el diari a disposició de tots els estudiants que el vulguin agafar, però en què se'ls informa també del preu de venda de la publicació i dels motius pels quals és important la seva aportació econòmica, i se'ls proposa que paguin la quantitat que ells mateixos decideixin.

A través de la campanya *El periodisme té un preu* l'ARA ha fet arribar el diari i el seu compromís amb el periodisme de qualitat a la Fundació Universitària Manresa, a l'Escola Superior de Relacions Públiques de la Universitat de Barcelona, a la Facultat de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, a la Universitat TecnoCampus de Mataró i a la Universitat de Vic. ■



TV3 presume de «transparencia» con la edición en papel de su libro de estilo

Duart reivindica el catalán en un momento de «especial importancia para el país»

CRISTINA RUBIO / Barcelona
Solemne puesta de largo para la edición en papel del libro de estilo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, ente público que gestiona TV3 y Catalunya Ràdio. A pesar de que la publicación no deja de ser una versión impresa del mismo documento que se puede consultar *on line* desde hace ya más de un año, sus responsables presumieron ayer de «transparencia» y «responsabilidad» hacia los catalanes por el mero hecho de hacerlo público.

«Nos desnuda ante la sociedad, nos hace aún más transparentes», se jactó el presidente del organis-

mo público, Brauli Duart, en un acto celebrado en el Institut d'Estudis Catalans. Como no podía ser de otra manera, el libro de estilo de TV3 y Catalunya Ràdio reivindica el catalán como una «herramienta de promoción lingüística y cultural» y enfatiza la necesidad de «fomentar su conocimiento y uso». Según Brauli Duart, ésta última es una condición indispensable en un momento de «especial importancia para el país», aseguró en clara referencia al proceso independentista emprendido por el Ejecutivo de Artur Mas.

El periodista de TV3 y coordinador del libro de estilo, Lluís Cae-



Brauli Duart. / SANTI COGOLLUDO

lles, lo definió como el «ADN» de los medios dependientes de la Generalitat. A pesar de que el documento recoge temas conflictivos como la independencia de TV3 y Catalunya Ràdio, la veracidad, la protección de la infancia y el pluralismo, muchos puntos de controversia tienen que ver con la lengua y según qué expresiones. Por ejemplo, Caelles defendió el uso de *Estat espanyol* en lugar de *Espanya* –una práctica que en su día generó mucha polémica– y aseguró haber acudido al mismísimo Miquel Roca, uno de los padres de la Constitución, antes de incorporarla en el libro de estilo.



Estamos de mudanza

ANÁLISIS

Borja Echevarría

Desde hace tiempo, *The Financial Times* viene marcando el paso al resto de periódicos sobre cómo atravesar el vía crucis hacia un mundo digital, y hacerlo con el menor dolor posible. Es cierto que se trata de un periódico considerado de nicho (cada vez menos: un lector interesado en la información global podría vivir solo con el *FT*), pero no está ahí el principal motivo de su éxito. Ha sido la construcción acompasada, constante y valiente de un nuevo modelo de negocio, una salida digital de alta calidad en todas sus plataformas, un periódico diferencial y un modelo organizativo en el que no domina el proceso industrial del papel lo que les ha situado en una posición aventajada.

No nos confundamos: el *FT* sufre y sus be-

neficios son escasos. Pero ese diagnóstico suena mucho mejor que el de la mayoría de los periódicos. Unos mueren, otros se malvendan, las redacciones son esquilmas y casi ningún superviviente tiene beneficios.

Por eso, que un periódico de éxito como el que dirige Lionel Barber haga transparente su estrategia y la comunique por tierra, mar y aire, a los suyos y, sobre todo, al mercado, resulta tan importante. No estamos muertos, estamos de mudanza, viene a decir. La memoria de Barber le pone contexto y describe dos de las más importantes claves en el actual ecosistema de los medios. Más ingresos por circulación (fundamentalmente con suscripciones digitales) que por publicidad e incremento enorme en el tráfico móvil. El *FT*, igual que le ha ocurrido a *The New York Times*, ha roto esa barrera en la que los periódicos dejan de estar *subvencionados* por la publicidad, como ha ocurrido históricamente, para ser soste-

nidos por sus lectores. En el otro extremo está *The Guardian*, en un excitante momento periodístico y muy avanzado en su transformación pero con problemas en cuanto a modelo económico (basado más en grandes volúmenes de audiencia y publicidad que en el pago). De los tres periódicos, quizá los más observados en cuanto a buscar soluciones a la compleja ecuación, es el *FT* quien parece estar encontrando un mejor equilibrio —desde altas dosis de radicalidad— en su cóctel. Calidad en contenidos, innovación en distribución, reorganización interna y relación con los lectores. El mensaje de Barber golpea en todos esos frentes. Manda la salida digital con contenidos alejados de la grisura que nos inunda, se acabó el periódico de últimas noticias y se aligera su proceso de producción, se potencia el contexto y el periodismo de investigación. Todo eso es *digital first*, y no publicar primero en la web lo creado bajo los corsés del papel.



Alianza audiovisual contra la piratería

EL PAÍS, Madrid

Algunas de las empresas audiovisuales más importantes de Iberoamérica, entre ellas PRISA —editora de EL PAÍS—, se han unido para crear la Alianza de Radiodifusores Iberoamericanos para la Propiedad Intelectual (ARIPI). Un acuerdo que busca “defender sus derechos de propiedad intelectual en la Red y luchar contra la piratería de obras, enlaces y señales en Internet”, según expresaron en una nota de prensa. Además de PRISA, forman parte de la Alianza la mexicana Televisa, la estadounidense Univisión, Continental Argentina y la colombiana Caracol Radio y Caracol TV, entre otras. En total están representados 18 países, aunque cualquier otra empresa de radio o televisión iberoamericana puede adherirse.

El propósito principal de la ARIPI es dar a sus miembros “una mayor protección de sus derechos y luchar internacionalmente contra el uso no autorizado de sus señales en la radio, televisión e Internet”. La unión también tratará de impulsar el Tratado de Radiodifusión de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y “el desarrollo de un mercado iberoamericano digital de derechos de propiedad intelectual de radio y televisión”.

Derechos propios

La ARIPI buscará adecuar “a la realidad” los derechos de la radio y la televisión en Internet, así como “vindicar” el papel de ambas como titulares y sujetos de “derechos propios” y distintos de los distribuidores de servicios en Internet. Todo para que se reconozca lo que la Alianza califica de “importante valor social en la creación de la información, la educación, la divulgación cultural, la comunicación, los eventos deportivos, musicales y de entretenimiento”.

Para ampliar la divulgación del valor económico de la propiedad intelectual y la necesidad de la lucha contra el “fraude-piratería”, la Alianza intensificará la cooperación con la Dirección de Propiedad Intelectual de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Además, colaborará también con la Secretaría General Iberoamericana (Segib) para hacer un programa *ad hoc* en la materia una vez finalizada la reunión de 2013. Durante el próximo encuentro de jefes de Estado se presentará un programa que incluya la lucha contra la piratería de manera transversal y la defensa de los derechos de autor como valor estratégico de Iberoamérica.



La CMT falla contra Telefónica y Vodafone: la tasa pagada por RTVE es constitucional

La comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) ha desestimado los dos nuevos recursos que interpusieron Telefónica y Vodafone contra el pago de la tasa de financiación de RTVE. El pasado tres de octubre, el Consejo de la CMT aprobó las resoluciones en las que se rechazaba que estas dos

teleoperadoras dejaran de pagar el canon a la cadena pública. Estas empresas consideran que el desembolso, establecido por la Ley de Financiación de RTVE, es «inconstitucional».

En el caso de Telefónica, se había pedido que se le devolviera la autoliquidación correspondiente al año 2012 y los pagos a

cuenta de abril y julio de 2013. Vodafone, por su parte, está exenta del abono de la tasa desde este año tras haber renunciado a ofrecer servicios audiovisuales, decisión tomada especialmente para no pagar este gravamen. Sin embargo, sí que ha pedido la devolución de la autoliquidación correspondiente al ejercicio 2012. A lo que CMT ha respondido que tienen que tener en cuenta que en ese periodo aún tenían una oferta televisiva.



Euronews es podrà veure a les Google Glass

Euronews serà el primer canal de televisió europeu que es podrà veure a través de les Google Glass, les ulleres interactives de Google. Segons ha anunciat el conseller delegat del canal, Michael Peters, durant un dels actes del mercat audiovisual Mipcom, que se celebra aquesta setmana a Canes, el canal informatiu paneuropeu començarà a funcionar a través d'aquest suport a partir del 19 d'octubre, tot i que de moment el dispositiu encara no ha sortit al mercat i només un petit grup d'usuaris dels EUA en tenen prototips.

L'arribada d'Euronews a Google Glass s'emmarca en una operació de relançament

global del canal. Coincidint amb el seu vintè aniversari, que es va celebrar al gener, la cadena de notícies està repensant el seu model de negoci i aspira a convertir-se en un referent informatiu a nivell mundial: "En l'era analògica, un model com el nostre es dirigia a un telespectador que el consumia de forma marginal. Avui es dirigeix a tot el món, amb un potencial de milers de consumidors", va explicar Peters a Efe. Amb aquest mateix objectiu, el canal va estrenar dimarts un nou disseny que permet organitzar de manera "més racional" els continguts a la pantalla i donar una imatge més enèrgica i de més proximitat.



INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col.legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/10/13	Commemoració dels 80 anys de la revista Annals' / El Punt Avui	28	1
10/10/13	La diferencia entre España y Estado español, según TV-3 / El País	29	2

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/10/13	Pedrojota Ramírez presiona a la mujer de Bárcenas para que le proporcione un 'bombazo' que evite enfriar el caso / Periodista Digital	32	1
10/10/13	SPP: Repudio a golpe asestado por el Congreso de Paraguay contra el acceso a la información pública / IFJ Global	33	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Commemoració dels 80 anys de la revista Annals'

Dijous, 10 de octubre de 2013

El Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) homenatja avui els 80 anys de la revista Annals del Periodisme Català, que ha estat recentment digitalitzada al dipòsit cooperatiu Revistes Catalanes. L'acte, que tindrà lloc avui a dos quarts d'una del migdia a la sala d'actes del Col·legi, tindrà la participació del periodista Josep Cuní; el catedràtic de periodisme de la Universitat Pompeu Fabra Jaume Guillaumet; el degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, i la periodista Margarita Rivière. La revista Annals del Periodisme Català va ser editada pel CPC entre els anys 1984 i 1995. Anteriorment entre el 1933 i el 1936, va ser editada per l'Associació de Periodistes de Barcelona. La revista, en format de números monogràfics, feia una anàlisi i reflexió del gremi.

La diferencia entre España y Estado español, según TV-3

Dijous, 10 de octubre de 2013

Desde establecer a qué hora se dice 'bona tarda' y a qué hora 'bon vespre' hasta fijar cuando se debe usar la palabra "España". El nuevo libro de Estilo de TV-3 y Catalunya Ràdio, presentado este miércoles, regula el trabajo de los periodistas de los medios públicos catalanes, que hasta ahora funcionaban con una carta de principios y varias normas no escritas. "El libro de estilo es la compilación del poso acumulado por centenares de trabajadores que durante tres décadas han dibujado una forma de entender el periodismo", ha explicado durante la presentación Brauli Duart, presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA). El documento se puede consultar en Internet, lo que aumenta su función social, según Duart: "Nos desnuda ante la sociedad y explica lo que somos", ha resumido. La CCMA cree que la publicación de su libro de estilo es un hito para el periodismo catalán y para la lengua: por ello la presentación ha contado con Josep Maria Martí, decano del Colegio de Periodistas, y Joandomènec Ros, presidente del Institut de Estudis Catalans (IEC), que ha ejercido de anfitrión. El libro no rehuye temas polémicos. Por ejemplo, define con claridad el uso de los términos, "país", "nación", "España" y "Estado español", motivo de recurrente polémica entre los partidos en la comisión de control de la CCMA. La polémica la despacha en uno de los primeros puntos del Libro de Estilo. "Desde la perspectiva de los medios de la CCMA, términos como país, nación, nacional, Gobierno y Parlamento, entre otros, hacen referencia a Cataluña si no se indica otra cosa". Para hablar de España, el documento establece que se puede utilizar "indistintamente" el término o Estado español, aunque se evitará la referencia de Estado cuando se hable desde el punto de vista "geográfico o físico". Lluís Caelles, periodista de TV-3 que ha coordinado la redacción del libro de estilo, ha defendido esta redacción y ha contado que para elaborarla, llegó a consultar a uno de los padres de la Constitución, Miquel Roca. "Lo abordé al final de una conferencia y le pregunté", ha recordado, antes de destacar que el único término que se limita es "Estado español". Los medios públicos catalanes seguirán hablando de los Països Catalans cuando traten la Comunidad Valenciana, las Islas Baleares o el sur de Francia: "Utilizamos la expresión Països Catalans para referirnos al conjunto de territorios de habla catalana desde el punto de vista histórico, geográfico, lingüístico o cultural". TV-3 y Catalunya Ràdio seguirán refiriéndose a la Comunidad Valenciana, pese a las peticiones reiteradas del Gobierno de Alberto Fabra, como País Valencià. El libro de estilo de la CCMA, ha resumido Caelles, "habla de los grandes nudos y los eternos conflictos que afronta cualquier medio de comunicación masiva". Pero también es una guía para el uso correcto del catalán. El documento incorpora ésAdir, el portal que hace siete años abrieron los medios públicos para solucionar dudas lingüísticas. "Se ha convertido en un referente y en una de las herramientas más consultadas entre los profesionales de la lengua, que hoy se ha hecho indispensable para lingüistas y periodistas". Martí, decano del Colegio de Periodistas, ha celebrado el libro de estilo como una aportación de la CCMA a la profesión periodística: "Sirve de guía

para todos los que deben hacer radio y televisión en catalán".



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Pedrojota Ramírez presiona a la mujer de Bárcenas para que le proporcione un 'bombazo' que evite enfriar el caso

Dijous, 10 de octubre de 2013

El director de El Mundo compartió mantel con Rosalía Iglesias para romper las reticencias del ex tesorero del PP a seguir filtrando datos. El Mundo como medio podría tener su propia agenda diferenciada de la del ex tesorero del PP, consistente en una estrategia mucho más agresiva hacia el Gobierno de Rajoy que la que quiere mantener el propio Bárcenas. Pero su director Pedrojota Ramírez tiene un problema: desde el entorno de Bárcenas se niegan a mover ficha. Raúl del Pozo, uno de los periodistas con mejor información de este país, sigue por el momento transmitiendo 'avisos' al PP: "'--. Como adelantó Periodista Digital, Pedrojota Ramírez y Del Pozo comieron con la mujer de Bárcenas, Rosalía Iglesias el pasado 6 de octubre de 2013. en dicho encuentro la presionaron para que les ofreciera más información sobre el caso. Bárcenas, según las informaciones a las que ha tenido acceso Periodista Digital, quiere poner punto final a la estrategia de filtraciones y ahora apuesta porque "el caso se cierre", según le comunicó Iglesias a Ramírez. Pedrojota le suplicó que le diera "grabaciones" y le echó en cara que se sentía "abandonado" por Bárcenas. Desde El Mundo están presionando a Iglesias para que filtre cuando antes un 'bombazo'. Le están pidiendo que difunda alguna de las grabaciones de las que Del Pozo ha hablado en sus artículos y que cite con nombres y apellidos los nombres de algunos altos responsables del PP que han podido recibir sobres o ser propietarios últimos de parte del dinero guardado en las famosas cuentas en Suiza. Uno de los nombres que salió en la reunión fue el de Javier Arenas, amigo íntimo de Bárcenas y la persona a la que Rajoy le encomendó tender puentes con el tesorero antes de que ingresara en prisión. Para tratar de convencer a la mujer de Bárcenas, durante la comida Pedrojota llegó a hablar del negocio periodístico, un sector en crisis, y de sus planes de futuro para El Mundo. En su necesidad de conseguir una buena exclusiva, Ramírez le dijo a Iglesias que no podían dejar morir el caso pero que : "Todo lo que me queda son unas minutas de los exabogados que prueban encuentros con directores de periódicos y poco más". Sin tener que ver directamente con el caso de Bárcenas, y en paralelo a las presiones a su mujer, Pedrojota se está moviendo en otra dirección para tratar de lograr informaciones con las que aumentar la presión sobre Rajoy o algunos de sus ministros. En esta estrategia, según las fuentes de Periodista Digital, juega un papel fundamental el abogado del ex tesorero del PP. Javier Gómez de Liaño está interviniendo en una serie de movimientos con los que el director de El Mundo se está acercando a algunos de los condenados por el Caso Malaya para que le proporcionen informaciones que todavía no se han hecho públicas no han salido a la luz durante la investigación del caso.

SPP: Repudio a golpe asestado por el Congreso de Paraguay contra el acceso a la información pública

Dijous, 10 de octubre de 2013

La comisión directiva del Sindicato de Periodistas del Paraguay repudia el golpe asestado por el Congreso al libre acceso a información pública. Con las resoluciones recientemente tomadas, en las que se niegan a otorgar datos sobre el número de funcionarias y funcionarios de dicha institución y sus respectivos salarios, el propio Congreso está vedando a la ciudadanía de un derecho constitucional. Al respecto, la comisión directiva expresa cuanto sigue: 1- Repudiamos la grosera violación del artículo 28 de la Constitución Nacional, Del Derecho a Informarse, por parte de autoridades de uno de los poderes del Estado, que debe dar ejemplo de transparencia y honestidad. 2- La Constitución es clara respecto a que las fuentes públicas de información son libres para todos. La ley regulará las modalidades, plazos y sanciones correspondientes a las mismas, a fin de que este derecho sea efectivo. 3- Rechazamos, por infundada, la utilización de otro derecho consagrado en la Constitución (artículo 33, Del Derecho a la Intimidad), para justificar las arbitrarias resoluciones de las Presidencias de ambas Cámaras. 4- El derecho a acceso a las fuentes públicas, consagrado no solo para los periodistas y medios, sino para toda la ciudadanía, es esencial para la vigencia de un régimen democrático. Solamente mediante el pleno ejercicio de este derecho, los mandantes pueden conocer cómo administran los bienes públicos las autoridades. 5- Repudiamos también la grosera manipulación del Código Penal (delitos informáticos) con el objetivo de amedrentar a las funcionarias y los funcionarios públicos a fin de que no otorguen información de interés general a periodistas. El SPP pone en cuestión la denuncia de diputados sobre supuesto acceso ilegal de bases de datos de la Cámara. 6- El SPP exige a diputados y senadores que impulsen un nuevo proyecto de ley en el que se especifiquen las modalidades, plazos y sanciones para que el pueblo puede acceder libremente a la información pública. Nuestro gremio rechaza el intento de crear una instancia burocrática centralizada, como el que pretende la Defensoría del Pueblo, para que los funcionarios entreguen datos a la prensa y a la ciudadanía. Comisión Directiva del SPP