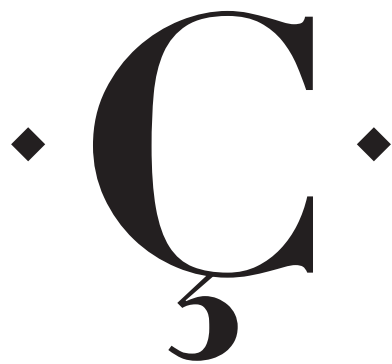




CAPÇALERA

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA



INDEPENDENTS?

Els mitjans de comunicació es posicionen sobre les ànsies sobiranistes de Catalunya

Si ets gran o tens una persona gran al teu càrrec, parlem-ne!

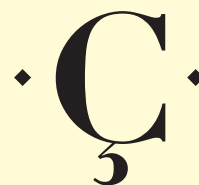


Les nostres treballadores socials t'escoltaran,
t'ajudaran i et recomanaran:

Serveis d'ajuda en el domicili · Apartaments per a
gent gran · Centres de dia · Residències · Centres
socio-sanitaris · Adaptacions de la llar, ...

**Deixa't assessorar per nosaltres,
sabem cuidar a la gent gran.**





DOSSIER
MITJANS I REIVINDICACIÓ NACIONAL

05 CARTA DEL DEGÀ
BALANÇ D'UNA ADAPTACIÓ ALS
CANVIS (DEL PERIODISME)
TEXT Josep Maria Martí

06 CRÒNICA
LA TEMPESTA PERFECTA
FOTOS Anna Mas

10 ENTREVISTA
MONTSERRAT DOMÍNGUEZ
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergio Ruiz

14 REPORTATGE
24/7, UN MODEL D'ÈXIT
TEXT Anna Galdón
FOTOS Oriol Clavera

20 DIÀLEG
SAMIR AITA I JOAN ROURA
TEXT Aretha Francis
FOTOS Jordi Salinas

24 REPORTATGE
BARREJATS
TEXT Carme Escales

28 REPORTATGE
UN MUSSOL APASSIONAT
PER LA REALITAT
TEXT Eudald Coll

34 DOSSIER
MÉS ALLUNYATS QUE MAI
TEXT Jordi Rovira
FOTOS DOSSIER Sergio Ruiz

44 DOSSIER
MITJANS, NACIONS I CONFLICTES
TEXT Xavier Giró

48 DOSSIER
PERIODISME I CATALANISME
AL SEGLE XX
TEXT Josep Maria Figueres

54 DOSSIER
CATALUNYA, A L'AGENDA
INTERNACIONAL
TEXT Eudald Coll

60 REPORTATGE
PERIODISME PER EMPORTAR
TEXT Nereida Carrillo
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

64 REPORTATGE
PROLÍFIC, CURIÓS I CLARIVIDENT
TEXT Jordi Benavente
FOTOS Família Artís-Gener

68 REPORTATGE
ELS JUNIORS I LA CRISI
TEXT Laura Saula

74 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

76 LLIBRES
Elena Serrano

78 LA FOTO
Brent Stirton

80 OBITUARIS

82 DIA A DIA
Sara Masó

94 COM ENS VEU...
Gallardo

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 158

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira
CONSELL EDITORIAL Ignasi Aragay, Neus Bonet, Teresa Cendrós, Xavier Puig, Marc Vidal
CORRECTOR Jordi Sales
DOCUMENTACIÓ Carme Tejeiro
DIRECCIÓ D'ART Creative Affairs
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
SUBSCRIPCIONS I DISTRIBUCIÓ Sònia Romero
PUBLICITAT Gilles Laurent
FOTO PORTADA Sergio Ruiz

REDACCIÓ
Col·legi de Periodistes de Catalunya
Rambla de Catalunya 10, principal
08007 Barcelona
T 93 317 19 20 F 93 317 83 86
comunicacio@periodistes.org
www.periodistes.org

DEMARCACIONS
Nou del Teatre, 1, 1r 1a · 17004 Girona,
T 973 240 044
Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,
T 973 240 044
August 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,
T 977 441 537
Carrer Cervantes, 7 · 43500 Tortosa,
Terres de l'Ebre T 977 441 537

JUNTA DE GOVERN
DEGÀ Josep Maria Martí
VICEDEGANS Ramon Besa, Neus Bonet, Josep Lluís Cadena, Narcís Genís, Amparo Moreno, Sara Sans
SECRETARI Enric Frigola
TRESORER Xavier Mas de Xaxàs
VOCALS Ignasi Aragay, Jordi Basté, Pilar Casanova, Teresa Cendrós, Francesc Escribano, Pere Ferreres, Llibert Ferri, Patrícia Gabancho, Jordi Grau, Sílvia Heras, Pilar Poy, Montserrat Rius, Jesús Riverola, Enric Sierra, Ignasi Soler, Teresa Turiera-Puigbó i Marc Vidal
GERENT Xavier Fuentes

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89
ISSN 1135-1047
IMPRESSIÓ Ingoprint, SA

REDIS- SENYEM EL FUTUR

REVISTA NOVA · SERVEIS NOUS · EINES NOVAS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

BALANÇ D'UNA ADAPTACIÓ ALS CANVIS DEL PERIODISME



Benvolguts col·legiats i col·legiades, ja queden pocs dies per acomiadar el 2012, un any especialment intens i complex per a la professió periodística i, de retruc, per al Col·legi de Periodistes de Catalunya. A l'hora de fer balanç, a tots ens ve al cap la difícil situació personal que travessen molts dels nostres companys i companyes que han perdut la feina i, de manera col·lectiva, les dificultats del periodisme per trobar l'encaix en una societat en transformació permanent.

El Col·legi ha continuat centrant tots els esforços per adaptar-se a aquesta nova realitat, priorititzant les necessitats més immediates. S'ha apostat, i fort, per la formació i el desenvolupament, oferint cursos que han permès reciclar coneixements i adquirir-ne de nous, especialment on els experts diuen que podem localitzar nous nínxols d'ocupació.

També s'ha reforçat la borsa de treball, que s'ha convertit en una eina en constant evolució i força valorada pels usuaris. I hem afegit al catàleg de serveis els assessoraments personalitzats i

"ESTEM COL·LABORANT AMB INSTITUCIONS I ORGANISMES PER AFRONTAR LA PRECARITZACIÓ DE LA PROFESSIÓ"

gratuïts en matèria laboral, fiscal, jurídica i de noves tecnologies per donar resposta individualitzada a la complexa situació de la nostra professió.

Tot plegat, ho fem amb una Junta compromesa permanentment a renovar les eines del Col·legi de Periodistes, sigui a través de estatuts col·legials nous o del règim electoral, treballant en les diferents comissions sectorials o en el nou web corporatiu del qual disposarem molt aviat, i sempre amb una clara voluntat de servei.

Però volem anar més enllà i posar el nostre gra de sorra a trobar solucions i sortides per a aquest ofici que tant estimem. Hi ha pocs sectors, com el de la informació, que pateixin tan cruelment

la crisi. A les dificultats econòmiques generals, s'hi afegeixen les de sectors propers, com la publicitat, que s'agregen més amb el canvi de model propiciat per la digitalització. Cal replantejar el model de negoci, cercar propostes que facin viables els mitjans i garanteixin el servei social i democràtic que ens aporten.

Per això, hem impulsat la Mesa sectorial dels mitjans de comunicació per coordinar els sectors implicats i treballar per una solució conjunta. També hem buscat la col·laboració d'institucions i organismes, com el Servei d'Ocupació de Catalunya, per afrontar la precarització i s'han fet estudis per radiografiar el moment i conèixer les oportunitats d'ocupació.

Acabem els actes del 25è aniversari del Col·legi; hem fet, com tocava, una celebració austera. S'ha programat un cicle de conferències, sota el lema 'Futur',

on professionals d'arreu del món ens han explicat com veuen que serà el nostre ofici en els pròxims anys. De tot plegat en trobareu una bona mostra en el contingut d'aquesta redissenyada revista. La nostra voluntat és seguir fent-nos preguntes i intentar trobar respostes, per això ja estem preparant noves xerrades per l'any vinent.

El Col·legi vol ser la casa de tots aquells que se senten periodistes i que comparteixen una cultura professional inspirada en el codi deontològic. L'objectiu de la Junta que presideixo ha estat des del primer dia que la nostra institució sigui d'utilitat pels seus membres, per aconseguir això treballem i treballarem fins al final del mandat. Tanquem 2012, us desitjo un bon traspàs d'any i unes bones festes.

Ben cordialment,

J.M. Martí

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya



Foto: Sergio Ruiz



LA TEMPESTA PERFECTA

Bernardo Díaz Nosty
analitza els canvis
en el sector de la informació

FOTOS ANNA MAS

‘Que parin les rotatives!’ Aquest pot ser el resum de la conferència “Precarietat i reconversió” que Bernardo Díaz Nosty va oferir, el 19 de setembre, al CaixaForum dins el cicle “Futur” i on aquest catedràtic de la Universitat de Màlaga va avançar dades d’una investigació sobre el futur del periodisme. En aquestes pàgines, us oferim un ampli extracte de la seva conferència.

“Parlar del futur del periodisme i analitzar les causes d’aquesta crisi profunda serveix per veure les oportunitats i analitzar com superar la precarització generalitzada, no tan sols a la feina dels periodistes, sinó també del periodisme com a professió, ja que també s’ha devaluat.

Ens trobem davant de la tempesta perfecta. Abans de la crisi econòmica, ja parlàvem de precarització dels mitjans de comunicació. I, a Espanya, havíem viscut en una bombolla mediàtica, molt relacionada amb la bombolla immobiliària, que ens ha permès assistir a l’aparició de nous mitjans, capçaleres, etc. Alguns eren “xiringuitos” mediàtics que poc tenien a veure amb l’ètica periodística i la pluralitat. Un despropòsit desconegut en altres nacions europees.

Aquesta bombolla mediàtica ha estat alimentada al seu torn per la bombolla acadèmica –també desconeguda a la resta del continent– amb més de quaranta centres on s’imparteix periodisme i que tenen entre vint i trenta mil estudiants matriculats. Hi ha, doncs, un excedent de

mà d’obra formada, preparada, barata i que ara observem com està caient.

I aquesta preocupació, lògica i lícita, dels col·legis professionals de buscar sortides i orientacions, té uns límits. Perquè si la bombolla acadèmica no es tanca, el nombre d’aturats no podrà cessar. Estem alimentant unes expectatives professionals que no poden absorbir ni el mercat, ni el model, ni el sistema. Hi ha un clar des-

**"SI NO ES TANCA LA BOMBOLLA ACADÈMICA,
EL NOMBRE D'ATURATS NO PODRÀ CESSAR"**

ajustament. Tan sols fa dos anys, es va crear una facultat de Periodisme a Cuenca, una ciutat de 35.000 habitants!

D’altra banda, els empresaris de comunicació espanyols han anat tard a l’hora de buscar elements creatius de transició cap a nous models de negoci. Com fa poc deia Alan Rusbridger, director del *The Guardian*: “A mi no em parlin de models de negoci, parlin-me de models de periodisme”. Perquè si tens un bon

model de periodisme crearàs demanda i hi haurà negoci. Per contra, si poses per davant un model de negoci que implica acomiadar periodistes, retallar pàgines del diari, empitjorar-ne la qualitat, perdre credibilitat, etc., això porta a la ruïna. Aquesta tesi la defensen els directors dels diaris de referència, alguns dels quals estan creant solucions adequades per als nous temps i que, a Espanya, no s’estan portant a terme.

Els empresaris espanyols no parlen, no diuen ‘que parin les rotatives!’ Tot i així

les rotatives pararan. El model de producció i distribució del suport físic ha estat superat per l’economia digital. I s’han de definir estratègies de futur per no arribar tard a aquest canvi. Perquè si s’arriba tard, algú haurà ocupat el nostre espai.

La resistència a canviar en la indústria de la premsa implica mantenir una inèrcia del passat amb grans inversions que, en lloc de bolcar-se en el nou model, polaritzen un model obsolet. La difusió segueix



Díaz Nosty durant la seva intervenció al cicle "Futur", organitzat pel Col·legi de Periodistes, que va tenir lloc el passat 19 de setembre al CaixaForum.

PERFIL

Bernardo Díaz Nosty. és director de la Facultat de Periodisme de la Universitat de Màlaga i entre els anys 1989-2002 va dirigir l'*Informe Anual de la Comunicació* i l'*Informe Anual de la professió periodística*. Anteriorment, havia fundat i dirigit l'Associació per a la Investigació en Comunicació i havia estat membre del grup de Comunicació UNESCO-Espanya.

caient, la publicitat segueix minvant, si bé es manté el suport, mentre que altres comencen a ocupar el nostre espai a Internet amb cercadors, agregadors, etc., i capitalitzen els rendiments de la publicitat a Internet, que funciona molt diferent.

Tal com diuen els anunciants i les agències, les edicions dels diaris a Internet no tenen l'eficàcia publicitària del suport paper. Per tant, si els empresaris espanyols no fan un canvi radical, entraran en una situació catastròfica. La transició cap a un nou model es recolza en una tecnologia més capil·lar, més permeable, menys costosa i que transmet contínuament, en temps

real. I abans no era així. Per tant, estem en una transició que ens porta a parlar del mitjà digital de producció continuada, que trenca les periodicitats marcades pel vell suport que obligava a una producció industrial. Aquest nou sistema canvia les relacions d'espai i temps entre el mitjà i les audiències. Estem passant d'un sistema de producció industrial en què un 60% del cost del negoci s'ho emporta el paper i la indústria gràfica i estem anant cap a un model en què desapareix aquesta part del negoci. El vell model tenia dos components d'ingressos: la publicitat, per una part, i les vendes i les subscripcions, per l'altra. El nou model digital elimina

aquest 60% dels costos de producció i, per tant, per sobreviure necessita menys publicitat i menys ingressos per vendes.

Evidentment, la tendència és anar cap a una fase en què pagarem per llegir. Si no

"ELS EMPRESARIS ESPANYOLS NO PARLEN, NO DIUEN 'QUE PARIN LES ROTATIVES!'. PERÒ LES ROTATIVES PARARAN"

és així hem de començar a pensar a tancar el negoci. Perquè, a dia d'avui, l'eficàcia publicitària via Internet se l'emporta Google. Tan sols als Estats Units té tres o quatre cops més ingressos per publicitat que totes les edicions digitals dels diaris.

És per això que podem passar d'un model d'indústria pesada a un totalment diferent. I el valor marginal de les edicions digitals és zero: costa el mateix distribuir per a quatre que per a quatre milions. Consegüentment, entrem en una economia molt diferent. Canvia la velocitat de la informació, el territori i una immediatesa en la producció de notícies que a vegades contravindrà regles constructives del periodisme com la verificació, la comprovació, etc. Amb tot, aquesta via d'alta velocitat del periodisme no ha de ser l'única. Tal com diuen els nòrdics, hi ha un periodisme de dues velocitats; un d'immediatesa i també un més ben construït i més assossegat que seguirà tenint un públic.

MIGRACIÓ DIGITAL

Aquest nou escenari ens porta a l'exploració d'un nou paradigma. El model de transició del *New York Times*, per exemple, ha comportat un increment del preu del diari al quiosc, que ha augmentat fins a quatre cops, mentre que el preu de la subscripció en paper es manté estable. A diferència del *Times* de Londres, —on Murdoch va tancar totalment el diari, fent-lo invisible a Internet— el *New York Times* aplica un sistema més gradual,

menys dràstic, que permet accedir-hi a través les xarxes socials i els cercadors. A més, crea unes ofertes de subscripció digital molt barates que, aproximadament, suposen un 70% de descompte sobre el preu al quiosc. Per tant, als subscriptors

en paper els donen més per molts menys diners, ja que poden accedir a serveis com els vídeos, l'històric del diari, etc. I, a més, se'ls regala la sub-

scripció digital. Tot això ha provocat una migració; més d'un 70% dels subscriptors en paper s'estan passant al digital.

El *New York Times* va instaurar aquest sistema de pagament el març del 2011 i ja té 600.000 subscripcions. Les vendes (subscripcions i quioscos) ja suposen

"LA TENDÈNCIA ÉS ANAR CAP A UNA FASE EN QUÈ PAGAREM PER LLEGIR. SI NO ÉS AIXÍ, HEM DE COMENÇAR A PENSAR A TANCAR EL NEGOCI"

més que els ingressos per publicitat. L'exdirector, Bill Keller, i la directora actual, Jill Abramson, asseguren que estan "descolonitzant-se" de la publicitat i estan pensant a tancar l'edició en paper i tan sols publicar-lo els caps de setmana, que els segueix funcionant perfectament.

Ara bé, aquest "mitjà digital continu" no ha de néixer necessàriament d'un diari. Pot néixer d'una televisió. Quina gran solució seria unir en un mateix mitjà digital la CNN i el *New York Times*! S'ha de pensar en aliances d'aquestes perquè les solucions digitals cada cop són més multimèdia.

FACTORS DE CONCENTRACIÓ

Un altre aspecte a tenir en compte són els múltiples factors de concentració. Primer, perquè els motors de cerca concentren, ja que lògicament els grans mitjans són els més visitats al tenir major credibilitat,

projecció i rellevància. Les xarxes socials són un altre factor de concentració, atès que van en la mateixa línia que els motors de cerca.

Un nou fenomen de concentració és que els diaris que treballen en temps real s'estan clonant els uns als altres, perquè quan no hi ha exclusiva sinó immediatesa, es van mirant entre ells. Un altre factor de concentració és l'economia de l'atenció. A Internet no podem consultar-ho tot simultàniament. L'economia de l'atenció ens obliga a focalitzar i per això anem als mitjans de referència.

Així doncs, s'està construint un nou paradigma, si bé no el farem els que estem sortint de la història, sinó els joves. Hi ha una bretxa generacional marcada per una concepció diferent dels valors i per unes

habilitats en les eines tecnològiques. Avui en dia, qualsevol jove utilitza recursos tecnològics molt superiors als d'un periodista de vint

anys enrere. Això crea unes condicions noves. I més que portar-nos a l'opacitat de l'obscuritat, ens portarà a la transparència i a la capacitat constructiva entre mitjans i audiència en la definició d'un nou model d'acció comunicativa". Ç

Més informació a:

www.periodismo.uma.es/diaznosty.htm

Perfil de Bernardo Díaz Nosty.

<http://futur.periodistes.org/precarie-tat-i-reconversio> Pàgina web del cicle "Futur", organitzat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya en què es pot escoltar la conferència íntegra de Díaz Nosty.

Libro negro del periodismo en España, de Bernardo Díaz Nosty (setembre 2011) coeditat per la Associació de la Premsa de Madrid (APM) i la Càtedra Unesco de Comunicació Universitat de Màlaga.

+ info



Entrevista a Montserrat Domínguez

"TOTS SOM UNA MICA PIONERS DEL MÓN DIGITAL"

Mig any després de començar un nou repte professional al capdavant de la versió espanyola del diari digital *Huffington Post*, Montserrat Domínguez reflexiona sobre què suposa el fet d'informar des de la Xarxa, així com dels reptes, oportunitats, pors i prejudicis que hi ha al darrere dels mitjans en línia.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTOS SERGIO RUIZ

La teva conferència al cicle “Futur”, del 21 de novembre, es titulava “Temps nous, fórmules noves”. Com es parla d'un tema així amb totes les incògnites que té el periodisme?

Com a voluntat d'exploradora. És cert que hi ha més preguntes que respostes i que el camí no està traçat, si bé, en el fons, tots som una mica pioners del món digital, d'aquesta transformació radical en la manera de relacionar-nos i dirigir-nos a les audiències. Ens trobem en un món que cada dia ens sorprèn i té components nous. La interacció amb els lectors implica moltes més coses de les quals som conscients. És un territori sense regles ni fulls de ruta, per molts llibres que apareguin sobre el tema. I tot just som en els primers compassos de la transformació.

La versió espanyola del *Huffington Post* va estrenar-se el 7 de juny. Mig any després, quines són les llums i les ombres de l'experiència?

El més apassionant és explorar fins a quin punt la informació ja no és unidireccional. En els mitjans de comunicació tradicionals, els periodistes ens dirigíem

a la nostra audiència que consumia allò que nosaltres els hi transmetíem. Tot això ha saltat pels aires per culpa d'Internet i per les xarxes socials, que tenen un paper fonamental a l'hora de canviar el procés de generació de la informació. I això és el que, amb diferència, m'està resultant més interessant: incorporar veus que fins ara tan sols podien fer-se escoltar amb les trucades dels oients, les cartes al director, etc. No era tan senzill copsar l'opinió directa del carrer quasi en temps real i ara, en canvi, ho estem fent. L'èxit dels mitjans també dependrà de com incorporin aquesta riada de coneixement, opinió i valoracions. Perquè se suposa que el que hem de fer és escoltar el pols del carrer i explicar el que interpretem que són les notícies més importants per a tots.

A part d'això, també s'ha de sobreviure. I començar un mitjà nou en temps de crisi...

Sí, és clar. El que et deia era la teoria, però tot això s'ha de fer enmig d'una situació tremendament convulsa, la pitjor que hem viscut els periodistes. No vivim tan sols en una crisi econòmica, sinó també

del model de negoci que sustentava el periodisme, el qual s'està enfonsant mentre hi ha una cosa nova que no acaba de néixer.

La crisi, segons Gramsci.

Sí, perquè es dona un esfondrament claríssim i no sabem quan s'aturarà. I això ens obliga a ser especialment valents a l'hora d'explorar fórmules noves.

Tens experiència en ràdio i televisió, però no tanta en premsa. Tot i que un diari digital és un altre tipus de mitjà, té semblances amb la premsa. Això pot ser un handicap?

Jo penso que és tot al contrari, perquè la comunicació en línia és més audiovisual que no pas propera als mitjans escrits. M'estic adonant que la meua experiència en televisió i ràdio m'aporta un plus a l'hora d'entendre la informació no-lineal. Perquè la informació en línia té un component quasi de 3D que no es dona a la premsa de paper. A més, la lectura a la Xarxa és diferent a la lectura tradicional, es llegeix de manera semblant a l'audiovisual, en petits impactes.



PERFIL

Montserrat Domínguez (Madrid, 1963) és llicenciada en Periodisme (Universitat Complutense de Madrid) i Màster en Periodisme (Universitat de Columbia). Va treballar a EFE, Canal +, Tele 5 i Antena 3, on va presentar i dirigir informatius, a més de presentar La Mirada Crítica i Ruedo Ibérico. El 2008, es fa càrrec d'A vivir que son dos días (SER). El 2012, s'uneix al *Huffington Post* com a directora de la versió espanyola.

Petits flaixos.

Sí. Evidentment que hi ha un procés de lectura, encara que en el format en línia s'agraeix que t'ho donin dividit i explicat. I aquest esforç sempre l'hem fet a la televisió i a la ràdio, i en els darrers temps també s'està donant als diaris, gràcies a les possibilitats que ofereix la infografia.

Com definiríes el *Huffington Post*? És un diari digital, però també té notícies agregades...

És un diari generalista en línia amb un petit component d'agregació.

Quin tant per cent?

Aproximadament un deu per cent. Creiem que l'agregació, que no fan altres mitjans tradicionals, és un extra. Ens agrada dirigir la mirada dels lectors a treballs d'altres col·legues i mitjans que ens semblen interessants i valuosos i que, òbviament, no podem millorar. Però si

féssim massa agregació desvirtuariem el concepte essencial del *Huffington Post*.

El tema de l'agregació va ser font de crítiques quan iniciareu el projecte, tot i que vosaltres sempre agregueu derivant el lector al mitjà d'origen.

Sí, perquè hi ha diferents maneres d'agregar. L'altre dia vam descobrir un web que penja totes les notícies del *Huffington Post* sense citar-nos. Tan sols al final diu "si vols llegir la notícia sencera pitja aquí".

Així és molt fàcil, no?

Facilíssim! Per això dic que l'agregació no és bona ni dolenta, sinó que depèn de com es plantegi. Quan algú entra a una de les nostres notícies agregades el trànsit es deriva al mitjà original. I això també implica que els lectors marxin a altres mitjans. Nosaltres citem i enllacem perquè ens sembla una manera transparent i respectuosa d'acostar-nos al treball dels altres. Per això, hi ha crítiques que entenc, tot i que la majoria neixen del desconeixement

"L'ESFONDRA-
MENT DEL MODEL DE NEGOCI DEL
PERIODISME ENS OBLIGA A SER VALENTS A L'HORA
D'EXPLORAR FÓRMULES NOVES"

perquè l'agregació es fa pràcticament a quasi tots els mitjans en línia.

Un altre focus de crítiques va ser el fet que no pagueu als blockeers.

És cert, però és un tema que va més enllà. Hi ha blockeers professionals que volen treure un rendiment a la feina i em sembla fantàstic, encara que n'hi ha molts que ho

fan per passió i no ho interpreten com una feina. I a aquest tipus de persones els pot interessar publicar en un mitjà de comunicació com el nostre perquè tenen molta més difusió. I és molt possible que algun altre mitjà els fitxi, tal com els ha passat a alguns dels nostres col·laboradors.

El *Huffington Post* va néixer com a alternativa progressista a mitjans en línia conservadors, concretament al *Drudge Report*, al qual en pocs anys ja va superar.

La diferència entre el naixement del *Huffington* als Estats Units i el de la versió espanyola és que aquí el mercat d'Internet, blocs i diaris en línia, així com el mercat que atén un sector més progressista, és molt més madur. Per tant, no es pot equiparar. La versió espanyola del *Huffington* és diferent. Busquem donar-li una personalitat amb el mateix ADN i esperit, però ni el moment ni la situació política i social no és la mateixa. Intentem fer-nos un forat amb unes senyes d'identitat pròpies. Ara bé, pretendre reproduir al 100% el model nord-americà és una tasca inútil i absurda.

És més fàcil ser una alternativa mediàtica progressista anant a la

contra d'un govern del PP?

La veritat és que no sabria què dir-te. Jo entenc la meua feina com la de veure i jutjar com actua el Govern, sigui quin sigui. Òbviament, estem vivint una crisi econòmica brutal amb un govern del PP que té majoria absoluta, però el que hem de fer és estar atents als problemes i preocupacions dels ciutadans i reflectir-ho

en el diari, independentment del color que tingui el Govern de torn.

Molts periodistes dels mitjans convencionals mostren desconfiança i prejudicis respecte als mitjans digitals. Ho has notat?

Moltíssim! Aquí hi ha un buit entre uns i altres. És llavors quan m'adono que som a les beceroles de tot plegat.

Són prejudicis o por?

Una mica de tot. Hi ha prejudicis, por i molt desconeixement contra el qual és bo que lluitem. Però també hi ha molts col·legues "pata negra" de la premsa tradicional que han acollit la nova manera de comunicar amb els braços oberts. Per tant, no és exclusivament un problema d'edat. Al mateix temps, hi ha molta incomprensió. Un sector petit de la professió té molt poc interès per entendre tot allò nou i bo que ofereix el periodisme en línia. I, en canvi, defensen la vella edat d'or en què es feia un periodisme en profunditat meravellos.

I l'olor de la tinta!

Però és que aquesta teòrica edat d'or no és certa. Amb tinta o sense tinta sempre hi ha hagut diaris bons i dolents, alguns diaris sensacionalistes i d'altres de venuts al poder, alguns reportatges magnífics i d'altres que eren tosques manipulacions. Això ha passat, està passant i seguirà passant. Per tant, no ens equivoquem parlant d'èpoques daurades i tranquil·litzem-nos tots plegats perquè no és just.

Suposo que els Pulitzer aconseguits pel *Huffington Post* i altres mitjans en línia de referència com *ProPublica*

o *Político* permeten lluitar contra aquests prejudicis.

Naturalment. Però és que en els darrers mesos el *New York Times* s'ha emportat dos periodistes del *Huffington Post*, tal com havien fet Bloomberg i BusinessWeek. Sovint rebo correus electrònics de periodistes que s'acomiaden perquè els han fitxat altres mitjans. I és

"UN SECTOR PETIT DE LA PROFESSIÓ TÉ MOLT POC INTERÈS PER ENTENDRE TOT ALLÒ NOU I BO QUE OFEREIX EL PERIODISME EN LÍNIA"

que aquí no s'entén el nivell de penetració del *Huffington Post* als Estats Units, on ha superat al *New York Times* en visites per Internet. Així, el Pulitzer va ser una gran notícia per als que creiem que el periodisme en línia pot tenir la mateixa qualitat i estàndards d'excel·lència que qualsevol altre format.

El Pulitzer l'atorga la Universitat de Columbia, on a finals dels anys vuitanta vas estudiar un màster. Què hi vas aprendre?

El periodisme anglosaxó té coses bones, si bé també uns enfocaments diferents de la premsa europea i, concretament, de l'espanyola. I no sempre són equiparables. Tampoc no em sedueixen aquests articles del periodisme anglosaxó que es prolonguen en pàgines i pàgines! Per a mi, els en sobren. Tampoc no entenc la necessitat de començar les peces interpretatives amb cites de fonts o testimonis i no pas amb la veu del periodista. No ho veig necessari. A part d'això, estar un any estudiant i treballant a Nova York, l'epicentre dels

mitjans dels Estats Units, va ser una experiència increïble, sobretot després d'haver estudiat a la Complutense de Madrid, la pèrdua de temps més gran de la meua vida professional.

Tu tens arrels catalanes i dirigeixes un mitjà espanyol amb seu a Madrid. Com veus la informació del conflicte

obert arran de la Diada? No hi ha massa soroll i poca informació?

El soroll és inevitable perquè el que s'està plantejant és una

bomba. Però el soroll és molt juganer i els periodistes tendim a anar cap als grans titulars. Per tant em preocupa si això esvaeix altres coses. A un governant se li exigeix que expliqui com gestionarà el dia a dia i una part de tot això ha desaparegut. Convertir-ho en un debat d'essències nacionals és un encert de partits com ciu, ERC i el PP, ja que els va perfecte per no parlar de retallades. I em produeix tristesa perquè els periodistes contribuïm perquè això passi. Ç

24/7, UN MODEL D'ÈXIT

Els nous hàbits dels ciutadans consoliden els mitjans d'informació continuada

Catalunya Informació celebra el vintè aniversari. Aquell projecte pioner és avui la ràdio de temàtica informativa més escoltada de Catalunya. Una fita significativa, ja que en aquests anys s'ha donat una revolució tecnològica però també han canviat els hàbits de consum. Ara bé, quin ha de ser el paper d'aquests mitjans en un món que s'informa constantment? Internet ha obert la porta als primers canvis, si bé el futur passa per deixar enrere la roda purament informativa i aportar-hi alguna cosa més.

TEXT ANNA GALDÓN

FOTO ORIOL CLAVERA



El periodista Martí Farrero recorda amb vertigen la primera vegada que va parlar pels micròfons de Catalunya Informació. S'havia preparat durant tot l'estiu per poder "garantir l'antena" sol, sense tècnic de so, i tenia els cartutxos d'àudio en ordre i preparats a la llançadora. Amb les paraules "bon dia, són les nou" començaven les emissions d'un canal d'informació nou, diferent i molt particular. Arrencava així, a les nou del matí de l'11 de setembre del 1992, un projecte pioner, innovador i avantguardista: la primera ràdio d'informació vint-i-quatre hores de Catalunya, però també de tot l'Estat.

"Teníem una certa consciència del fet que engegàvem un projecte que no tenia precedents i hi havia un grau d'implicació molt especial. Havíem preparat un gran desplegament per a la cobertura de la Diada, un bona manera de començar les emissions. Tots teníem la percepció que el projecte podia arribar a ser un referent informatiu. I el temps ens ha donat la raó", recorda Farrero.

ALS ANYS VUITANTA LA CNN VA ASSENTAR LES BASES D'UNS CANALS QUE VAN REVOLUCIONAR LA FORMA COM L'ESPECTADOR S'INFORMAVA

El nou model era precursor, ja que s'apostava per la roda purament informativa, encara que s'inspirava en un patró veí ja consolidat, France Info. Pere Oriol Costa, membre aleshores del Consell d'Administració de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, afirma que el consell va tenir clar des del principi que la inspiració havia de venir de les grans ràdios i televisions europees: "Tots els països aspiren a tenir uns mitjans públics potents, i sabíem que buscàvem un sistema públic d'informació que vertebrés Catalunya". En aquesta línia, Marta Prat, actual coordinadora de Catalunya Informació (popularment coneguda com la *Catí*), recorda que la direcció del moment va visitar mitjans estrangers per inspirar-se en un model d'èxit: "Es volia

treure el millor de cada mitjà per adaptar-ho al que es considerava que es podia ajustar més a l'audiència catalana. Era una manera de crear una ràdio amb caràcter català, però que begués del que ja existia i funcionava. France Info va ser el gran punt de referència".

INFORMACIÓ CONSTANT

Així, Catalunya Informació importava una fórmula amb molts adeptes arreu del món. A banda de la ja mencionada emissora del grup Radio France, a Europa en televisió també funcionava, des del 1989, la britànica Sky News, l'objectiu de la qual era donar un servei exclusiu d'informació continuada. Era una versió europea de la CNN, el canal de notícies més potent i influent des de la seva creació el 1980. Precursor en tot des del seu inici, el canal creat pel multimilionari Ted Turner va assentar les bases dels canals d'informació continuada, encara que també va revolucionar la forma en què l'espectador s'informava. Els temps

estaven canviant i Turner va saber veure que els horaris del públic s'estaven diversificant i que no tothom s'informava a la mateixa hora. Una

tendència que es va accentuar als noranta, quan es va demostrar que l'espectador demanava informació compacta i disponible a qualsevol hora. La guerra del Golf del 1991 va catapultar la CNN al que és ara.

En aquell conflicte, la cadena va ser l'única que va connectar en directe amb Bagdad i l'única capaç de retransmetre els bombardeigs de mitjanit. Tots els canals de televisió del món agafaren aquelles imatges, vam arribar així, a més d'un bilió de persones. Des d'aleshores, la seva presència no ha parat d'augmentar. De fet, els noranta no van ser només una època daurada per a la CNN. La implementació del cable i de la TDT van impulsar l'expansió dels canals i les ràdios d'informació continuada a tot el món.

A Espanya, les plataformes de pagament van arribar amb els noms de Vía Digital i Canal Satélite Digital. Gràcies a la seva implementació a mitjan anys noranta van néixer els dos únics canals exclusivament de notícies que hi ha hagut a l'Estat, el Canal 24 Horas i la CNN+. El primer, impulsat des de RTVE, el 1997, tenia una estructura molt similar a la de la ràdio catalana, ja que, a més de ser de titularitat pública, s'estructurava en blocs informatius de mitja hora. El segon, en canvi, era privat i va ser fruit, el 1999, d'un acord entre Turner Broadcasting (és a dir, la CNN) i Prisa TV. Era una opció diferent, atès que aportava una visió més internacional i comptava amb espais d'informació que anaven més enllà de la roda informativa. Malauradament, després d'una dècada d'informació continuada, la poca audiència i les fusions entre grans canals generalistes, el 2010 PRISA va tancar l'únic canal de notícies privat de l'Estat.

L'HORA DE LA TELEVISIÓ

Un altre canal diferent seria el que arribaria el 2003, el 3/24. Impulsat des de Televisió de Catalunya, va començar a emetre també un 11 de setembre i, tot i que va arribar a fer-ho en analògic al principi, es desenvolupava també gràcies a la implementació de la TDT. El nou canal bevia de l'estructura radiofònica (blocs informatius de mitja hora) amb petits espais monogràfics i connexions amb TV3. També és un canal pioner, ja que va ser el primer a emetre en format 16:9 i el primer a oferir una roda informativa en aranès o a emetre en directe un telenotícies vespre amb traducció simultània a la llengua de signes catalana.

Ara bé, la gran aposta va ser el portal d'Internet que es crearia arran del canal, el que aleshores es va anomenar *3cat24.cat* i ara és el *324.cat*. Un salt a Internet que va posicionar el portal entre els més visitats i que l'ha consolidat. En definitiva, són exemples d'alguns dels més de cent canals d'informació continuada que hi ha a tot el món. Semblen iguals, però responen



ELS MITJANS D'INFORMACIÓ CONTINUADA AL MÓN

Mapa dels principals canals –d'un total que supera el centenar– que aposten per la fórmula 24/7

a diferents configuracions (de territori, d'opinió, de format...) i tenen en comú la presència i influència. En molt poc temps, han demostrat que, a més, tenen influència en la gestió política i en la presa de decisions dels governs. La CNN, però, no és l'únic. Al món àrab, el principal canal de notícies és Al-Jazira, que emet per satèl·lit i que va ser creat el 1996 pel govern de Qatar. És tanta la importància que té un contracte d'exclusivitat amb la CNN i emet en anglès per al món occidental.

És, doncs, indiscutible la presència i la influència d'aquests mitjans. Són canals i emissores que acostumen a escoltar els polítics, periodistes i líders d'opinió per posar-se al dia en pocs minuts, i només per aquest fet ja tenen més capacitat d'influència que la resta. A casa nostra, Catalunya Informació n'és l'exemple perfecte. Marta Prat, tot i destacar que

l'emissora és “un servei públic”, admet que “el perfil és molt determinat, ja que bona part del món periodístic, els polítics, els empresaris... utilitzen la *Cati* perquè resulta útil i pràctica. Al cotxe, per exemple, et poses al dia en qüestió de minuts”. Neus Bonet, periodista de l'emissora i una altra de les primeres veus de Catalunya Informació, ho confirma: “a banda de l'usuari que vol estar informat, és la ràdio de referència de les redaccions i de la classe política”.

L'AUDIÈNCIA ACOMPANYA

Ara bé, no tan sols els periodistes o els polítics s'informen a través de la *Cati*. En aquests vint anys, s'ha convertit en la ràdio de temàtica informativa més escoltada del país. Tot i així, Prat recorda que, malgrat les bones xifres dels últims anys, l'emissora no és un producte de masses. “No és

per a tot el dia, serveix per recórrer-hi puntualment, per dosificar-la amb píndoles”, afirma. L'evolució és similar a la dels canals i emissores d'informació continuada d'arreu del món. En quasi tots els casos, l'audiència ha acompanyat aquests projectes. Un augment de públic que s'entén durant els anys noranta, fins i tot durant la primera dècada del segle XXI. Ara bé, com s'explica que l'audiència continuï a l'alça quan avui en dia hi ha mil maneres d'informar-se?

Internet explica en gran mesura el canvi, ja que ha permès multiplicar la informació, però també ha creat nous adeptes a la informació instantània. En un món i una indústria de l'audiovisual canviants, tothom ha fet seu el nou ritme constant de notícies, i tots els mitjans han fet el salt a la immediatesa. Això, en lloc de minar l'audiència dels mitjans informatius, els ha

catapultat a un nou nivell. Ells ja hi estan acostumats a aquest ritme i compten, a més, amb l'experiència. Segons un estudi de l'organització Accuracy in Media, als Estats Units, el web de la CNN rep nou milions de visites diàries, sent la plataforma d'informació en línia més visitada, per davant del web del *New York Times* o *The Washington Post*.

A Catalunya, l'agost del 2009, el 324.cat va ser el portal informatiu en català més visitat de la Xarxa. Un exemple de com els mitjans d'informació vint-i-quatre hores (coneguts com 24/7) han integrat, abans que ningú, el nou tempo que exigeix un públic connectat constantment. El grup d'emissores de Catalunya Ràdio ha viscut aquest canvi en primera persona. "Hem integrat el concepte de la ràdio de vint-i-quatre hores, —explica Prat— el ritme que han imposat els mitjans digitals nosaltres ja el teníem. En aquest sentit, anem un pas per endavant, fa vint anys que pensem en clau d'immediatesa". Es tracta d'un avantatge que ha permès als mitjans d'informació continuada estalviar-se un procés d'adaptació i passar a una relació amb Internet molt més beneficiosa. Han omès un pas, un procés, el de la imme-

INTERNET HA PERMÈS MULTIPLICAR LA INFORMACIÓ, PERÒ TAMBÉ HA CREAT NOUS ADEPTES A LA INFORMACIÓ INSTANTÀNIA

diatesa, per saltar directament a una nova fase. No és que la resta de mitjans no ho hagin fet, però en aquest cas els mitjans exclusivament informatius han anat més tranquils en el procés d'adaptació. El 3/24 és un exemple de la rapidesa amb la qual aquests mitjans s'han adaptat i de com un canal noticiós pot tenir molta audiència a través tant de la Xarxa com dels dispositius mòbils.

En definitiva, igual que la ràdio no va acabar amb els diaris i la televisió no va matar la ràdio, Internet no extingirà la resta de mitjans predecessors. Tal com

apunta Michel D. Suárez, doctor en Ciències de la Informació per la Universitat Complutense de Madrid i autor de llibres com *Canales de noticias en televisión* (Editorial Fragua, 2011), "no és recomanable que els mitjans competeixin amb Internet en el terreny de la immediatesa. Els mitjans d'informació continuada han de convergir amb la Xarxa per aportar context, anàlisi i reflexió". "Cada mitjà —apunta Suárez— ha d'adaptar-se al nou escenari i explotar els seus punts forts, sempre tenint en compte que l'entorn és el d'un ecosistema informatiu cada vegada més competitiu". Precisament, aquesta competència constant fa que molts es preguntin quin ha de ser el paper dels mitjans d'informació contínua en un marc en què tot s'actualitza constantment. La tendència apunta que els mitjans 24/7 hi han d'aportar alguna cosa més.

ANÀLISI I OPINIÓ

Internet ha suposat un canvi de paradigma en la manera d'informar-nos. Ja no necessitem esperar un butlletí de notícies o a l'informatiu per saber què ha passat al món. "Les audiències —tal com recorda Suárez— arriben al *prime time* molt ben informades". Així, els mitjans són els primers a donar les notícies a través dels seus portals d'Internet, però els informatius tradicionals dels canals d'informació continuada ja no són els primers a oferir un titular, ja no funcionen com a *breaking news*.

El públic, sobretot jove, obté el titular a través de canals més individualitzats, com *Twitter*. Un fet amb el qual no es pot comptar, ja que un mitjà de comunicació ha de verificar i contrastar les fonts abans de publicar res. La nit que Keith Urbahn, cap de personal del que havia estat secretari de defensa dels Estats Units, Donald Rumsfeld, va anunciar per *Twitter* que Osama Bin Laden havia mort, el *New York Times* va rebre crítiques per haver tret la notícia

vint minuts més tard. Un clar exemple del ritme que s'exigeix als mitjans. Ara bé, el públic coneix els titulars a través d'aquests nous canals, però a la vegada demana més. Ja no vol només un titular de menys de 140 caràcters, vol una explicació, un perquè, i aquí és on entra la gran oportunitat dels mitjans d'informació continuada.

Un canvi que fa molt que es nota als mitjans d'aquest tipus. Bonet repassa el salt qualitatiu que ha viscut Catalunya Informació en aquest sentit. "Abans hi havia una demanda només d'informació. Ara es demana un plus. Això ho hem vist amb el temps, parlant amb la gent... ara et pots informar ràpidament, si bé fa falta que els mitjans n'aportem les claus", afirma.

El periodista Martí Farrero, actualment editor del programa d'informació política *El Polièdric*, de Catalunya Informació,

LA CUBANA RADIO RELOJ, PIONERA

Tot i que molts situïn el naixement dels mitjans d'informació continuada en el món anglosaxó, la veritat és que la primera ràdio exclusivament de notícies va néixer a l'Havana, Cuba. Ràdio Reloj va ser fundada l'1 de juliol del 1947 per l'Institut Cubà de Ràdio i Televisió, i ja comptava amb una estructura noticiària força estricta, ja que incloïa informació vint-i-quatre hores dividida en blocs horaris de seixanta segons amb espai per a la publicitat. Després d'aquesta experiència a l'Amèrica Llatina, sí que vindria ja la posada en marxa als Estats Units de la primera televisió d'informació continuada, la CNN. Tothom coneix la trajectòria de la cadena de Ted Turner, però curiosament, Radio Reloj continua activa i, a més, recentment ha fet el salt a Internet amb dos portals: *Radio Reloj* i *Notinet*, de Cubaweb.

EL CANVI TECNOLÒGIC: VINT ANYS MOLT SIGNIFICATIUS

La dimensió tècnica ha estat un element clau en aquests vint anys d'història. Catalunya Informació va apuntar una tendència que s'ha convertit en norma: el periodista autosuficient i multitasca. El 1992, pocs imaginaven que el periodista gravaria, editaria i muntaria la majoria de continguts. Un dels que es va haver de preparar durant l'estiu dels Jocs Olímpics va ser Martí Farrero, primera veu de Catalunya Informació. “Va resultar molt enriquidor incorporar la dimensió tècnica. M'ho vaig agafar amb moltes ganes perquè pensava que el futur aniria per aquí i que havíem de ser autosuficients. Això no vol dir que no fes falta ningú més, l'equip humà de Catalunya Informació era molt ampli, però la posada en escena era solitària”, recorda.

també en dona fe: “Hem anat perfeccionant l'oferta. Des d'aquell primer bombardeig d'informació una mica indiscriminada hem evolucionat cap a una oferta més selectiva. Amb el temps hem guanyat espais més reposats per a la reflexió, per a l'anàlisi, per a segments d'audiència molt especialitzats. Combinar informació quantitativa amb elements qualitius enriqueix l'oferta”. Com a coordinadora de Catalunya Informació, Marta Prat confirma que la tendència és aportar-hi alguna cosa més. “Vam incloure-hi un canvi perquè hi volíem afegir un complement d'anàlisi. Ho vam fer, primer, a través de càpsules informatives que analitzen un tema concret. Després, van arribar els programes temàtics, en què durant mitja hora, i sense trencar l'esquema de Catalunya Informació, oferim una visió més profunda d'un tema concret. Però, a més, ens permet fer un tipus de periodis-

me més pausat. El periodisme de ràdio és molt apassionant, ara bé, et deixes coses

TOTS AQUESTS TIPUS DE MITJANS HAN APOSTAT PER APORTAR UN COMPLEMENT D'ANÀLISI QUE VA MÉS ENLLÀ DE LA CLÀSSICA RODA INFORMATIVA

al tinter, necessites més temps. D'aquesta manera tenim aquest plus”, explica.

Amb tot, la *Cati* no és l'única que ha fet aquest canvi. Tots els mitjans d'informació contínua, començant per la CNN, passant pel Canal 24 horas i acabant amb el mateix 3/24 a Catalunya, han vist que cal complementar-se amb Internet per evolucionar i deixar enrere formats com la roda informativa.

Aquesta idea d'incloure tertúlia, opinió i anàlisi als mitjans purament informatius compta amb molts adeptes, ja que podria acabar de posicionar aquesta mena de mitjans dins el mapa comunicatiu actual. Un mapa que, segons apunten algunes veus, està saturat. Amb aquest discurs en mà, alguns cops s'ha minimitzat la importància dels mitjans de comunicació argumentant que les xarxes socials ja cobreixen la funció informativa. És veritat que hi ha risc de saturació informativa, però les audiències confirmen que l'accés a la informació augmenta i que l'interès per l'actualitat creix any rere any.

ACTUALMENT, ELS MITJANS D'INFORMACIÓ CONTINUADA DE L'ESTAT SÓN PÚBLICS, TOT I QUE ALS ESTATS UNITS SÓN PRIVATS I TENEN BENEFICIS

Segons Michel D. Suárez les tecnologies han democratitzat la informació, si bé també han creat mecanismes de selecció. Per a Suárez, és millor “l'opulència informativa” que la “misèria informativa”. Un concepte que comparteix el catedràtic de Comunicació Política de la Universitat Autònoma de Barcelona, Pere Oriol Costa: “La informació mai no sobra. Cada

persona escull i tria. Si tens massa oferta d'un tema, canvies”. Per a Neus Bonet, l'equilibri està en la dosificació: “Hi ha risc d'alcoholisme perquè hi ha molts bars? En un estat democràtic la informació mai no sobra. Sí

que és veritat que hi ha molt soroll i molta confusió amb el que és o no periodisme, però sobre informació no”.

SOSTENIBILITAT DEL MODEL

La immediatesa del contingut i la constant actualització fan que el model dels mitjans d'informació continuada sigui car. La roda informativa pot sortir força econòmica, però la introducció de l'anàlisi o l'opinió fan que els pressupostos es disparin. A l'estat espanyol, tots els mitjans d'aquesta mena són de titularitat pública, fet que posa sobre la taula la seva viabilitat. En altres llocs, aquests canals es financen amb capital privat o cànons, com passa amb la BBC. “Als Estats Units CNN, Fox News i MSNBC tenen beneficis”, apunta Suárez. “Fins i tot canals elitistes, com Bloomberg o la CNBC són rendibles. Ara, cap emet en obert, tots són de pagament”, afegeix.

A Espanya, l'única experiència privada va ser CNN+. La fórmula del canal privat s'ha demostrat rendible, però, com en tot, hi ha una cara poc amable en els mitjans que només es financen a través de capital privat, i aquesta és la gran dependència de les audiències. Tal com va passar amb la mateixa CNN+, si no

s'arriba a un mínim de públic, el projecte s'enfonsa. Suárez recorda el tancament del canal de notícies espanyol: “No va ser suficient el suport del gran grup de comunicació que hi havia al darrere. Amb un 1% de quota de pantalla era difícil mantenir un canal així”. Bonet afegeix al debat sobre la viabilitat la visió de qui treballa en un mitjà públic. “L'emissora



A la primera pàgina del reportatge, la periodista Estel Batet, de Catalunya Informació. A dalt, una imatge dels estudis del canal 3/24.

no pot ser irresponsable perquè és de tots. Per sort, aquí les xifres no són les que ho marquen tot, però evidentment cal rendibilitzar-ho, això sempre!", exclama.

Moltes coses han canviat des d'aquell llunyà 11 de setembre en el qual es va posar en marxa la primera emissora d'informació continuada de Catalunya. Han nascut moltes iniciatives similars i el projecte ha servit de model en moltes d'aquestes. Segurament, el canvi més important ha estat el tecnològic. Són només vint anys els que han passat des d'aquell estiu dels Jocs Olímpics, tot i així, quant a tecnologia, hi ha hagut una revolució. "Estem parlant de l'era predigital, una certa edat de pedra", recorda Farrero, qui

afegeix: "havia de carregar els cartutxos en una llançadora i havia de sincronitzar més moviments (llegir el text de la notícia, distreure't del text per incorporar el document sonor, mirar cap a l'altra banda i tirar el cartutx...). Ningú et col·locava res enllloc, eren emissions molt intenses i havia d'anar una passa per endavant".

Per la seva part, Bonet recorda quan va tornar a l'emissora després d'un temps fora. "Quan em vaig asseure vaig tenir la sensació d'estar en un Boeing i no tenir el carnet. Vaig veure que el temps havia passat molt ràpid", admet. I així ha estat tecnològicament parlant, ja que aquests vint anys han portat canvis espectaculars. Tot i això, la gent que va veure néixer Ca-

talunya Informació recorda amb nostàlgia i un somriure els canvis tecnològics, però es queden amb la consolidació del model nascut fa dues dècades i que en el darrer EGM de novembre va donar xifres històriques (195.000 oients diaris). "El passat Onze de Setembre va ser un dia molt bonic —recorda Prat— i va ser molt il·lusionant veure que la gent continuava apostant per nosaltres en un moment en què les coses no són fàcils". Una il·lusió que empeny tots els que formen part de la *Catí* a seguir treballant per perfeccionar un model d'èxit. Perquè, en definitiva, "un poble lliure és un poble informat —puntualitza Prat— i en aquest sentit, Catalunya Informació és la joia de la corona". Ç

Diàleg entre Samir Aita i Joan Roura



"ELS PAÏSOS ÀRABS TENEN FAM D'INFORMACIÓ"

El 24 d'octubre, el sirianès Samir Aita, redactor en cap de les edicions àrabs de *Le Monde Diplomatique*, va participar al cicle de Conferències "Futur", que organitza el Col·legi de Periodistes. Abans de la seva intervenció, Aita va conversar amb Joan Roura, periodista de tv3 i especialista en el Pròxim Orient. Ambdós reflexionen sobre la primavera àrab i el paper que hi van tenir els mitjans de comunicació.

TEXT ARETHA FRANCIS
FOTOS JORDI SALINAS

Ç– La primavera àrab ha estat un fenomen social i mediàtic. Però quin paper hi van tenir el periodisme i les xarxes socials?

J.R. Feia molts anys que la situació al món àrab era la ideal per a una revolució. Per tant, no crec que sigui tant un tema de periodisme o Facebook, sinó del canvi que la gent volia. Amb el canvi de Bush per Obama tothom era conscient que podia passar alguna cosa en la relació Orient-Occident. I així va ser. És cert que, al començament, a la plaça Tahrir hi havia joves, gent d'esquerres, tots connectats a les xarxes socials. Tot i així, eren 5.000 o 8.000, mentre que tot el país estava preparat per al canvi. Per això, en pocs dies, el país sencer va unir forces.

S.A. Jo vull donar-vos una perspectiva diferent. Crec que hi ha dos factors principals que impulsaren les revolucions àrabs. El primer és demogràfic i econòmic. Els àrabs estàvem en la mateixa situació que Europa als anys seixanta, quan la generació del *baby boom* –posterior a la Segona Guerra Mundial– va complir vint anys i van fer la Primavera de Praga, el Maig del 68, etc. Als països àrabs, el *baby boom* va donar-se dues dècades més tard, així que són precisament aquests joves –que avui tenen vint anys– els que no tenen feina o bé estan en una situació molt precària. No tenen perspectives de futur, i aquesta era una situació explosiva.

Ç– I el segon factor?

S.A. El segon factor és la presa de consciència de la població. Hi havia tot un moviment social que en països com Egipte o Síria havia anat preparant el camí i havia aportat les eines que permetien lluitar per la democràcia.

Ç– En aquest procés, quin rol van tenir els mitjans internacionals?

J.R. Jo crec que vam ajudar una mica perquè vàrem explicar que els àrabs són i volen el mateix que nosaltres: millor educació, llibertat de premsa, etc. I això tan fàcil d'entendre no tots els periodistes ho havien explicat a les respectives audiències abans de la primavera àrab. Jo ho havia intentat fer, igual que *Le Monde Diplomatique*, però érem una excepció.

S.A. Els àrabs són humans i tenen aspiracions com qualsevol persona, malgrat que la majoria siguin musulmans i se'ls vegi com a persones de mentalitat tancada. Els països àrabs tenen fam d'informació per culpa del tancament informatiu sofert. La prova és que on hi ha obertura de la premsa, la gent la consumeix. A Egipte, per exemple, la gent compra diaris a les dotze de la nit o fins i tot de matinada! Ja volen les notícies de l'endemà. I això és molt bonic. Els egipcis compren molts més diaris que qualsevol país europeu. Evidentment, les xarxes socials tenen el seu rol i els blocs durant anys han preparat

"ELS ÀRABS VOLEN EL MATEIX QUE NOSALTRES, PERÒ NO TOTS ELS PERIODISTES HO HAVIEN EXPLICAT ABANS DE LA PRIMAVERA ÀRAB" JOAN ROURA

l'ambient a Egipte, Síria, etc., aportant eines per lluitar. La pitjor situació es donava a Tunísia, amb un gran control dels diaris i amb diaris sensacionalistes que deien autèntiques estupideses. Amb tot, els tunisians són gent desperta, entenen molt de webs i consumeixen premsa internacional.

J.R. I tenen parabòliques!

S.A. En determinats períodes, aquesta va ser una lluita important. A Síria, el govern va intentar prohibir les parabòliques, però tothom en feia servir. Per contra, també hi ha perill perquè alguns canals estan en una situació de monopoli. No tothom es pot permetre fer publicitat per a milions de persones, ja que necessites molts diners. Tan sols s'ho poden permetre països com Qatar o l'Aràbia Saudita i el temor és que es faci ús d'aquesta situació monopolística, com passa amb Al-Jazira.

Ç– Diferents experts europeus no s'expliquen la primavera àrab sense el paper jugat en els darrers anys per la televisió Al-Jazira.

S.A. A l'inici de la primavera àrab, a Tunísia i Egipte, Al-Jazira va limitar-se a seguir-ne la revolució. A Líbia, va alimentar el conflicte. Però a Síria, en canvi, és una arma que fa trampa animant els ciutadans siris a ser sectaris, amagant algunes informacions i mostrant-ne d'altres. Hi ha un proverbi àrab que diu "qui no té res, no pot oferir res". Doncs, Al-Jazira

és Qatar, un país que no és democràtic, per tant, tampoc no pot promoure la democràcia. En canvi, sí que juga amb les imatges i converteix

una revolució en una guerra civil. Això, que també passa amb el canal Al-Arabya, era el que la CNN va fer durant la primera guerra de l'Iraq, on es va convertir en una arma nord-americana a la regió. Al-Jazira ara és important, si bé no serà així quan la tecnologia permeti als països àrabs disposar de molts canals. Al Líban i a Egipte, per exemple, on hi ha canals amb diferents

opinions, Al-Jazira té poca audiència, a ningú li importa el que digui. A Síria, en canvi, com que té un gran poder de decisió, la gent se la mira.

J.R. De totes maneres, Al-Jazira ha estat un factor important de tot plegat, ja que milions de cases s'han informat a través d'aquest canal, atès que la gent no confia en els canals oficials locals.

"A ON HI HA CANALS AMB DIFERENTS OPINIONS, AL-JAZIRA TÉ Poca AUDIÈNCIA, A NINGÚ LI IMPORTA EL QUE DIGUI" SAMIR AITA

S.A. Jo discrepo. Estic d'acord en què ha tingut un rol important al ser el primer canal a jugar un paper a través de grans notícies, però no estic segur que la gent confiï en Al-Jazira. Són poderosos i els ciutadans han d'escoltar-los, encara que saben que juguen amb la informació. La

meva mare, per exemple, abans buscava informació en diferents canals i des que s'ha fet gran i està malalta mira molt Al-Jazira. Sento com si hagués perdut la meva mare!

J.R. (riu) Però se'ls mira!

S.A. Perquè la producció està ben feta. Ara bé, fixem-nos en què passa a Síria, on Al-Jazira ha finançat dispositius infiltrats

a alguns comandos perquè els transmetin imatges. A vegades, en determinades ciutats provoquen problemes que no existien. Donen

informació manipulada i és utilitzada com una arma. Cal jutjar entre informació i manipulació. I Al-Jazira està fent totes dues coses.

J.R. Estic d'acord amb tu que han tractat de manera diferent el conflicte de Líbia, Síria o Egipte i que no han informat, per exemple, sobre Bahrein.

S.A. Sí que ho han tractat...

J.R. ...però d'una altra manera.

S.A. Perquè ho han manipulat. Allà no han provocat que passés res.

Ç- I què en pensen de l'ús del llenguatge, dels eufemismes, quan es parla de guerra, revolució, conflicte...

J.R. Jo mai he utilitzat la paraula guerra per informar de Síria. No penso que sigui una guerra. El que hi ha és un règim que està matant gent i uns ciutadans que intenten organitzar-se militarment.

S.A. Jo tinc molts problemes amb la terminologia. Perquè l'única cosa que transformaria una fractura en una revolució és una lluita per grans valors que canviïn la societat, com la llibertat o la democràcia. No es tracta tan sols d'estar enfadat amb el poder. Una revolució no pot tenir com a finalitat solament la caiguda d'un règim.

Ç- Molts d'aquests valors dels que està parlant han sigut la bandera d'Occident. Quina imatge arriba als països àrabs d'Occident, i aquesta és real o està deformada?

S.A. Aquests no són valors d'Occident, sinó de la humanitat! I a més, Europa està perdent-los. Els diners s'han infiltrat en la política europea i han destruït la democràcia. Durant vint, trenta anys, el món àrab ha viscut grans discussions sobre valors com la democràcia i la llibertat. La gent era crítica amb l'ús que Occident fa de la democràcia. La democràcia no és tan sols poder parlar, sinó lluitar contra monopolis, contra la influència dels diners en la política, etc. I en aquesta lluita que està vivint el món àrab es donen aspectes curiosos, com que en la revolució egípcia hi hagi anarquistes, com a la Barcelona dels anys trenta! I això és sorprenent, tot i que potser és necessari per al debat públic.

Ç- Potser és part d'un procés que s'ha de passar?

S.A. Hem de qüestionar-ho tot. En economia política es diferencia entre l'Estat i el sistema del poder. El govern es canvia amb unes eleccions, però el sistema del poder exerceix el control a través dels diners i d'alguns mecanismes de l'Estat. I sovint no ho podem canviar. Si no es pot desenvolupar una premsa lliure per culpa dels monopolis, llavors què és la democràcia? Res. Perquè llavors no tens veu, especialment en televisió. Si no pots lluitar contra Al-Jazira i el seu discurs, estàs perdut.

J.R. Això no és gaire diferent del que passa aquí. En aquest sentit, també som àrabs. Sabem el que volem, els valors que volem defensar, encara que no sabem quin sistema ens ho garanteix. La diferència és que ho estem fent des d'una democràcia.

S.A. La diferència és que la gent dels països àrabs, majoritàriament jove, ja no té por. La por ha desaparegut, mentre que a Europa sí que en tenen. A Espanya, teniu una gran taxa d'atur i la por és perdre la feina. La desaparició d'aquesta por és la gran característica de les revolucions. La gent no té res a perdre.

Ç- Creieu que nous canals de comunicació com YouTube, que permeten mostrar què passa a Síria cada dia, han ajudat a la pèrdua de la por?

PERIODISME I POLÍTICA

Samir Aita (Damasc, 1954) és economista, president del Cercle d'Economistes Àrabs, fundador i editor de les edicions àrabs de *Le Monde Diplomatique* i fundador de www.mafhoum.com, una base de consulta d'informacions econòmiques i tecnològiques dels països àrabs. És el cofundador del Fòrum Democràtic Sirià.

EXPERT DEL MÓN ÀRAB

Joan Roura (Badalona, 1959) és periodista. Des de 1985, treballa a la secció Internacional de TV3. Ha estat enviat especial al Pròxim Orient en diverses ocasions. Ha guanyat el Premi Ciutat de Badalona de la Comunicació (2001) i l'Ortega y Gasset (2003) per la cobertura de la guerra de l'Iraq.



Aita i Roura, durant la seva xerrada al CaixaForum, on van coincidir en les ànsies de llibertat del món àrab prèvies a la Primavera Àrab.

J.R. En això, el sirians ho han fet molt bé. Els activistes siris cada dia han penjat molts minuts d'imatges a YouTube, Ugarit News o altres webs d'aquest estil. A TV3, quasi cada dia parlem de Síria gràcies a activistes joves, que vaig conèixer quan era allà, que se'n van a prop de la frontera, on hi ha satèl·lits, i pengem a la Xarxa imatges d'Homs, Alep, Damasc... És una feina molt ben feta, millor que no pas a Egipte, on es parlava de la "revolució Facebook"...

Ç- De totes maneres, aquestes imatges no responen a la situació global.

J.R. El 1982, Hafez d'Al-Assad va matar 20.000 persones a Hama i no en vam saber res fins dues o tres setmanes després. I no va passar absolutament res. Ara, en

canvi, hem rebut imatges cada dia, des del 15 de març de 2011, quan començaren les protestes.

S.A. Les noves tecnologies han unificat el món i la gent assedegada d'informació l'aprofita per a la lluita. A Síria, això s'ha donat més que en els altres països àrabs. Però sóc escèptic en aquest sentit, perquè una imatge no és informació, sinó tan sols part de la mateixa. Si només tens informació d'un bàndol, com a periodista has d'estar preocupat, ja que cada bàndol vol mostrar que l'altre és el dolent. I alguns mitjans poden fer-ne un ús determinat. Ç

Més informació a:

<http://futur.periodistes.org/llibertat-dexpressio-durant-i-despres-de-les-revoltes-arabs>

Vídeo de la conferència "Llibertat d'expressió durant i després de les revoltes àrabs" de Samir Aita, que va tenir lloc el 7 de novembre al CaixaForum dins el cicle "Futur".

+ info



BARREJATS

La informació i la publicitat comencen a compartir
espais impensables abans de la crisi

TEXT CARME ESCALES

El formatge dels anunciants s'ha fet petit. Això dona més poder a les marques per lliscar ben endins de la informació? En uns moments de descens d'ingressos publicitaris, tenen una notable presència els publireportatges i seccions patrocinades, entrevistes i portades de dominicals amb contraprestacions numèriques. És la fórmula per aixecar els barems de vendes dels equips comercials.

En el molt lloat discurs de Català de l'Any 2011, Joaquim Maria Puyal, es referia als banquers com a “ambiciosos que han fet d'aquest país el regne de la cobdícia”, però, per bé o per mal, alguns d'aquests banquers són els que donen entrada a “La transmissió d'en Puyal” a cada partit del Barça que retransmet. I no ho fa a través de cap cunya publicitària, sinó en veu del mateix periodista.

En plena crisi, però, no tota la publicitat apareix en forma de cunya sinó que cada cop més sorgeixen fórmules de publicitat subliminal en televisió, ràdio i premsa escrita que van més enllà del clàssic anunciant, una realitat que ens hauria de fer qüestionar sobre els límits de la informació i la publicitat, dos mons que se cerquen i es necessiten. Nascuts per viatjar junts, però no barrejats.

Des del mateix departament de Comunicació de La Caixa consideren que “els prescriptors sempre han existit i existiran. Potser ara se n'està abusant i correm el risc que una saturació impliqui la reacció adversa a la que estàvem buscant inicialment”.

Ara bé, per què ara hi ha més publireportatges? Des de l'empresa de gestió comunicativa i relacions públiques Shixing, Bel Canalda, responsable d'Estratègia, doctora en Publicitat i Relacions Públiques i professora associada a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, en dona tres motius: En primer lloc, “el descens de les grans inversions publicitàries, que porta els mitjans a oferir formats més assequibles i a cercar alternatives per fer més atractius els suports a les empreses; en segon lloc, la

implantació de les noves tecnologies, des de l'aparició de la TDT a la multiplicitat de pàgines especialitzades a Internet fins als blocs i les xarxes socials, amb continguts que també són un suport atractiu per a les empreses, productes i marques i, en tercer lloc, l'activitat de les relacions públiques, que ofereixen, cada cop més, continguts de gabinet de premsa”.

El fet que a les redaccions dels mitjans de comunicació hi hagi hagut una important davallada de periodistes comporta, segons Canalda, “una certa legitimació dels continguts procedents d'agències de

LA CAIGUDA DE LA PUBLICITAT HA PROVOCAT QUE ELS MITJANS APOSTIN PER FÓRMULES DE PUBLICITAT "MÉS INFORMATIVES"

notícies o gabinets de premsa i una menor confrontació i control de la informació, cosa que ha donat lloc a la pèrdua de rigor informatiu, és a dir: veracitat, imparcialitat i credibilitat”.

Pel que fa al publireportatge com a producte, aquesta publicista explica que “fa uns anys, el publireportatge s'oferia com a incentiu per promoure campanyes publicitàries de manera que quan es comercialitzava un determinat nombre d'espais s'obtenia gratuïtament un publireportatge. Actualment, el publireportatge es continua oferint com a incentiu, però més que mai aquest es comercialitza com a producte independent, amb un cost inferior que el del format publicitari tradicional”. “Avui en dia, les empreses, més que mai, han de donar una imatge de

serietat i compromís i els publireportatges permeten ser més incisius en el missatge donant tot tipus d'explicacions que en un anunci a l'ús és més difícil de transmetre”, declara Alfonso Pena, director general de l'Associació Empresarial de Publicitat.

PÈRDUA DE CREDIBILITAT

“La caiguda de la publicitat ha provocat que els mitjans de comunicació apostin per aquest tipus de fórmules ‘més informatives’ per intentar mantenir la inversió i la fidelitat dels anunciants. Són fórmules

més ajustades de preu perquè demanen menys inversió del client i provoquen menys rebuig en els lectors perquè són més properes.

De tota manera, l'excés d'aquest tipus de publicitat pot fer mal al mitjà si no estableix clarament els límits entre la informació i el publireportatge, i entre l'actualitat i la promoció. El lector ha de saber en cada moment què està llegint i és obligació del mitjà marcar-li clarament (a través d'una maquetació diferent, per exemple) que allò és un espai patrocinat o pàgines especials. Si el mitjà n'abusa, perd credibilitat”, considera Núria Llop, redactora d'*El Periódico de Catalunya* i membre del comitè d'empresa del diari.

Des d'aquest comitè, es manté sempre l'alerta perquè no es trenqui la línia editorial del diari que separa la publicitat i el contingut purament informatiu. És el mateix que, des de *La Vanguardia*, també procura el comitè professional. “Al consell

ho tenim present des de fa molt de temps, el 'pessebre' sempre ha existit, si bé és cert que cada cop es nota més l'interès per part dels anunciants per elevar la publicitat a notícia i crec que és normal, tots volem els anunciants i ells busquen l'eficiència", afirma el fotògraf Àlex Hoyuelos, membre del comitè del diari del grup Godó.

"Malgrat tot, –afegeix– penso que tots ho tenim clar, des del mateix director del diari, que determinades coses són innegociables, que la clau és no confondre, no induir a equívocs al lector sobre el que és publicitat o informació, per això mateix

informació, la gent no ho llegeix. Perquè el lector tampoc no és ximple", diu Sergi Germán, director comercial del diari Ara. "Per contra, estem veient cada cop més blocs de motor que tenen patrocinadors, per tant, si la informació que es dona interessa, marques i mitjans, publicitat i periodisme, poden tenir una bona relació. Si Seat presenta un nou model de cotxe, això és bo per a la marca i també per al país, i se n'ha de parlar, independentment de si aquella informació està fent publicitat. Una cosa és que l'anunciant et marqui, però que els mitjans estiguem a prop dels

anunciants, i més ara, no és dolent i no és només una qüestió de diners", apunta Germán.

ACTUALMENT, ELS PUBLIREPORTATGES ES COMERCIALITZEN A UN COST INFERIOR QUE EL DEL FORMAT PUBLICITARI TRADICIONAL

sempre han estat ben diferenciats l'equip comercial i la redacció, justament perquè publicitat i periodisme no són fronteres permeables entre si".

"La banalització dels continguts i la consegüent pèrdua de credibilitat, a la llarga es tradueix en un descens d'audiència i d'anunciants", assegura Bel Canalda. "Quan el públic s'adona que darrere d'un contingut no suficientment noticiable hi ha una empresa, aquest deixa de creure en els continguts i en conseqüència en el suport de comunicació", afegeix. Per això, també els anunciants valoren i necessiten el respecte d'una línia de separació entre la publicitat i el contingut informatiu propi del mitjà. "És absolutament necessari l'existència d'una línia infranquejable entre publicitat i periodisme. Tenint molt clara aquesta premissa, el que potser ha passat és que s'han apropiat postures que, sens dubte, han anat en benefici d'ambdues parts. Les empreses han après a explicar les seves històries i els mitjans s'hi han interessat", declaren els portaveus de La Caixa.

"Si un contingut comercial, per molt encobert que estigui, no és interessant tampoc no aporta bona i verídica

"El que més molesta a la gent, en realitat, és la publicitat intrusiva, no volen interferències en el contingut", considera Enric Pujadas, president del grup Bassat Ogilvy. "Però la necessitat porta a la prostitució del mercat, de vegades amb fórmules no tan respectuoses perquè el missatge s'apropi al màxim a la compra. Amb tot, Joaquín Soler Serrano, a la televisió en blanc i negre, en temps d'economia de postguerra, quan no hi havia diners per a grans

MITJANS I ANUNCIANTS ADMETEN QUE EL CONTACTE I EL DIÀLEG ARA ÉS MOLT MÉS FLUID QUE ABANS DE LA CRISI

produccions, també anunciava l'Avecrem. Les marques busquen rendibilitat, retorn, per això volen la veu de presentadors que tenen una capacitat de convicció enorme", recorda.

Segons Pujadas, "el món publicitari i periodístic avui és molt més permeable i té molt més contacte i diàleg que abans, i això no és dolent". "Els periodistes sempre havien estat 'vaques sagrades', en certa manera tenien la paella pel mànec. Ara, però, la cosa està canviant i els comercials

tenen més contacte amb la redacció, encara que uns i altres saben que si es passen de frenada, l'efecte pot ser dolent", afegeix el director d'Ogilvy.

UN NOU DIÀLEG

Davant de la "canibalització del mercat, amb la davallada de preus de la publicitat tan gran que s'ha registrat per la pèrdua de facturació publicitària, ara les relacions amb els anunciants són més fluides, has de conèixer més les seves necessitats, hi ha un diàleg total que fa quinze anys no hi havia ni en broma", explica Juan Garçon, director comercial d'Ediciones Primera Plana. "Amb la multiplicació de canals d'entrada (*inputs*) que rep el consumidor en l'era digital, l'anunciant sap que si para de fer publicitat, la seva notorietat caurà, si bé necessita veure més clar que mai el retorn de la inversió publicitària i treure'n el màxim rendiment possible. I, respectant el codi deontològic, els mitjans podem donar-los "afecte" amb notícies verídiques, de mercat informatiu seriós".

Per la seva part, el director del portal de compra col·lectiva *Offerum.com* i exdirector de negoci i màrqueting en línia en el grup Godó, Vicente Arias, admet que "la crisi afavoreix l'apropament del contingut purament informatiu i comercial perquè en reduir-ne les estructures internes, els mitjans han reduït el contingut generat internament

i necessiten noves fonts d'ingressos a través de contingut patrocinat. Tot això ha afavorit que les agències de comunicació i empreses introdueixin el contingut més fàcilment". "Sense anar més lluny, –prosegueix– a *Offerum.com* treballem la publicitat tradicional dirigida fonamentalment a donar a conèixer l'oferta al nostre públic objectiu, però també treballem la generació de contingut noticiable de manera activa. L'objectiu és posicionar-nos com una empresa capaç de connectar amb els nostres usuaris i la societat més

enllà del que és purament comercial”, afirma Arias.

Aparèixer als diaris en forma de contingut els dona prestigi als anunciants. Que parli d'ells un periodista ho valoren molt més que l'aparició en un anunci tradicional. Tot i així, els mitjans no ho consideren publicitat encoberta sempre que quedi ben explícit, en algun lloc, que es tracta d'un publipreportatge o de pàgines especials, monogràfics o patrocinis.

“Els patrocinis signifiquen una fórmula que té molta sortida als mitjans, especialment a la ràdio, on pot ser des d'una cortineta a alguna secció de programes informatius, per exemple, una empresa o institució que t'ofereix el trànsit, patrocinis de programes sencers o, mencions enmig dels mateixos continguts, com es fa en una retransmissió de futbol, per exemple”, explica Joan Forner Segarra, des del departament de Màrqueting i Creativitat de la Cadena SER-Ràdio Barcelona. “Uns dels freqüents –afegeix– són els patrocinis

aquestes fórmules. Quan es fan esdeveniments específics, nous o inusuals, és més habitual que el mitjà proposi els formats”, considera Forner.

LES MARQUES I ELS MITJANS APOSTEN PER FÓRMULES COM L'EMPLAÇAMENT DE PRODUCTE O EL CONTINGUT DE MARCA

“Sovint ens oblidem que la publicitat ben portada genera riquesa i producció en qualsevol país, és un braç molt important de l'economia. El que no podem fer és abusar-ne”, diu Neus Comellas, directora comercial de TV3 i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. “Afortunadament, –afegeix– jo vaig arribar a TV3 des de l'altre cantó de la vorera, havent viscut una àmplia experiència d'aquest mercat des d'una altra perspectiva. En l'àmbit privat, des d'agències de mitjans i de comunicació, i concretament des de Media Planning Group, acompanyant les marques cap a les finestres dels mitjans.

Des de l'any 1987, l'experiència m'ha ajudat molt a aplicar-ho en un mitjà públic, amb criteris privats d'eficiència i eficàcia, ajudant els

i oci, productes de marques que es veuen explícitament a l'escenari– o el contingut de marca (*brandent content*), l'estratègia per la qual, una marca paga el contingut d'una sèrie, com és el cas de Borges amb “Pere i Júlia”, perquè la història comparteix en el seu ADN valors de la marca. Això són serveis que es

fan marques i continguts de programes. I el mercat publicitari no pot menysprear els nous paradigmes que ens ha aportat la crisi”, diu Comellas. “Però no s'ha de confondre mai l'audiència sobre el que és publicitat i el que és una notícia. Si has de donar una notícia periodísticament parlant, sobre una coneguda marca de cervesa catalana, has de poder dir Damm, i no per això cobres d'aquesta marca”, afegeix algú que també pensa que “l'anunci de tota la vida no desapareixerà mai”. **C**

LA CONJUNTURA PERMET QUE AGÈNCIES DE COMUNICACIÓ I EMPRESES INTRODUÏXIN EL CONTINGUT MÉS FÀCILMENT ALS MITJANS

d'esdeveniments. La ràdio es nodreix molt dels esdeveniments com concerts o programes especials en directe per incloure la marca al nom del mateix esdeveniment, o bé tan sols un logotip als suports gràfics o audiovisuals”.

“Publicitat encoberta als mitjans? Jo no utilitzaria aquests termes. Avui dia, el mercat publicitari està tan saturat que no és cap secret res del que es fa. S'han trobat noves fórmules, però també hi ha un control més rigorós per a segons quins tipus de publicitat. El consumidor és plenament conscient quan se li ofereix alguna cosa, tret d'alguns casos a televisió (un emplaçament de producte o *product placement*, per exemple). Així doncs, tant anunciants com mitjans poden demanar o ofertar per igual

anunciants a col·locar els diners perquè el missatge arribi al consumidor. Ara bé, que es faci de manera endreçada i no abusiva, per convicció professional, encara que també agraint que existeixin els mecanismes per a la preservació dels continguts informatius i del llibre d'estil i garantir, així, la qualitat de la televisió pública i el nostre compromís de tractar l'audiència amb el màxim de respecte i de sensibilitat”.

La responsable comercial de TV3 també afirma que “davant la pèrdua de la meitat gairebé del pastís publicitari, en els darrers cinc anys, cal repensar maneres amables de guiar les marques, amb fórmules com són l'emplaçament de producte, –en què s'introdueixen, sempre en espais de ficció

Més informació a:

<http://vimeo.com/42750084>

Discurs de Joaquim Maria Puyal en rebre el guardó Català de l'Any 2011.

www.periodistas21.blogspot.com.es

El periodista Juan Varela recull al seu bloc dades sobre la repercussió de l'apagada publicitària a TVE.

+ info



UN MUSSOL APASSIONAT PER LA REALITAT

Crònica d'un grup d'amics que van apostar per una fotografia diferent

TEXT EUDALD COLL



Els vuit integrants d'El Mussol (d'esquerra a dreta; Josep Bros, Jordi Munt, Jordi Vilaseca, Ignasi Marroyo, Joan Colom, Enric Garcia-Pedret, Antoni Boada i Josep Maria Alberó) a Les Planes, el 1961, imitant la postura de l'animal que donava nom al grup. A dalt de la pàgina, el logotip del grup, dissenyat per Marroyo.

A principi dels anys seixanta, un grup de vuit amics apostaren per un nou tipus de fotografia. Sortien al carrer i immortalitzaven la realitat. Pioners en el reportatge col·lectiu, va ser un fenomen únic en aquells temps. Tot i això, cinquanta anys després del seu naixement, el treball d'El Mussol encara no té el reconeixement que es mereix.

A principi de 1960, la sala Aixelà –l'única galeria de Barcelona que es dedicava a la fotografia– va exposar el treball d'Antoni Boada, Josep Pros i Josep Maria Albero, tres joves de Terrassa vinculats al Casino del Comerç d'aquesta localitat. Aprofitant l'efemèride, el crític Josep Maria Casademont, que dirigia aquell espai cultural, va presentar-los tres joves barcelonins (Joan Colom, Ignasi Marroyo i Enric Garcia-Pedret) que pertanyien a l'Agrupació Fotogràfica de Catalunya.

“Vam parlar i vam tenir un molt bon *feeling*”, recorda Albero. Els sis van quedar per trobar-se a mig camí de Barcelona i Terrassa, concretament a Les Planes, en una de les parades del tren que unia les dues ciutats. Es reunien un o dos cops al mes als *merenderos* d'aquest municipi de Sant Cugat del Vallès situat a la serralada de Collserola. Poc després d'iniciar aquestes trobades, Jordi Vilaseca i Jordi Munt –de Terrassa i Barcelona, respectivament– es van unir al grup.

A Les Planes, on solien menjar carn a la brasa que regaven amb vi, regnava el bon ambient i la passió per la fotografia. A poc a poc, l'esperit de grup s'anava consolidant. Els vuit es van autobatejar amb el nom d'El Mussol, en una al·lusió humorística a la constant vigilància del fotògraf. A Les Planes, cadascú portava les seves fotografies i eren jutjades. “Les que no agradaven s'estripaven i es llençaven a la paperera”, recorda Albero.

El crític i historiador de la fotografia Josep Maria Casademont –que als anys seixanta va fer una important tasca per a la difusió d'aquesta disciplina– no va limitar-se a

posar en contacte a aquells fotògrafs que buscaven fer coses diferents, sinó que també els ajudà a divulgar la seva obra. Així, els va permetre exposar com a grup a la sala Aixelà –situada a la part baixa de la Rambla de Catalunya– en una època en què tot era més difícil. “El Mussol neix durant el franquisme, una època pobra i sinistra amb molt poques coses. La sala Aixelà era un bolet aïllat enmig d'aquell ambient”, recorda Laura Terré, historiadora de la fotografia.

D'aquesta manera és com el novembre de 1960 els “mussols” –tal com ells s'anomenaven– ja exposaren una sèrie de fotografies que després també es van

VAN SER PIONERS EN EL FET D'INCORPORAR EN UN MATEIX REPORTATGE DIFERENTS PUNTS DE VISTA

poder veure en una mostra a França. Però va ser al març de 1962 quan va tenir lloc una exposició peculiar, centrada en un sol tema (la IV edició del Rally de Sitges) i on els vuit firmaren com El Mussol, obviant l'autoria de les imatges. Aquell reportatge col·lectiu signat amb el pseudònim que els aplegava era “una experiència inèdita”, en paraules d'Aquiles Pujol –pseudònim de Casademont– a la revista *Arte Fotográfico*. Al díptic de l'exposició, podia llegir-se: “Això és una mostra de modèstia digna de ser tinguda en compte i ens descobreix uns llaços d'amistat imprescindibles per a treballs d'aquesta mena”.

Després d'aquella experiència, els membres d'El Mussol –que també van exposar a salons internacionals d'Holanda, Bèlgica i Itàlia– ja tornaren a signar amb

els respectius noms i cognoms, si bé amb la referència d'El Mussol. Així doncs, van ser pioners en el fet d'incorporar al reportatge diferents punts de vista a un mateix tema, tot i que l'estil dels integrants del grup sovint diferia. “La fotografia no és un art d'estils, sinó d'interessos, i cadascun d'ells s'interessava per un estil diferent. Els unia el fet que eren un col·lectiu, i això era únic a Espanya. És un grup d'amics, no un moviment artístic”, aclareix Terré.

Els membres d'El Mussol també van publicar a la revista *Afal*, sigles de l'Agrupación Fotogràfica de Almería, entitat de la qual alguns d'ells eren membres. Aquella revista –tota una referència de

l'època– no tan sols donava a conèixer aspectes teòrics de la fotografia, sinó que també divulgava

l'obra d'autors estrangers com Henri Cartier Bresson o Robert Capa.

CONTEXT D'AVANTGUARDA

El Mussol va sorgir en un context excepcional. Als anys cinquanta, havia cristal·litzat la *nova avantguarda* –terme encunyat per Casamont– de la fotografia a Catalunya, sota la influència de Francesc Català-Roca. Una nova generació de fotògrafs (Maspons, Catany, Pomés, Misrach, Masats, Terré...) protagonitzaren un dels grans moments de la fotografia europea contemporània i els d'El Mussol hi estaven en contacte. Tots eren fruit d'una nova manera d'entendre la fotografia.

“Instintivament, la gent d'El Mussol van connectar amb moviments inter-

nacionals. No hi havia correspondència entre Espanya i l'estranger, però eren gent curiosa i feien el possible per mirar llibres", explica Terré. A nivell llocal, els d'El Mussol es relacionaven amb la gent de l'Agrupació Fotogràfica de Catalunya i els del Casino del Comerç de Terrassa, mentre internacionalment, tot i les dificultats per viatjar, tenien alguns contactes internacionals com el de Mario Giacomelli, un dels autors més originals de la fotografia italiana amb qui Albero va travar amistat.

Malgrat el moment històric en el qual es trobaven i la passió amb què vivien la fotografia, tots els membres d'El Mussol eren majoritàriament amateurs. Ignasi Marroyo recorda com no va disposar d'una càmera nova de trinca fins al 1977 i com la seva primera ampliadora va ser una llauna d'olives manipulada per l'ocasió. Ell va ser l'únic del grup que va viure professionalment de la fotografia gràcies a una botiga que va obrir a Rubí, on es va traslladar a viure i on el 1966 va crear el grup fotogràfic El Gra.

Per a la resta del grup, només era una afició. En Colom i en Vilaseca treballaven com a comptables, l'Albero era agent d'assegurances, en Garcia-Pedret era oficinista, en Munt exercia de fuster, en Bros era directiu de La Caixa i en Boada es dedicava al tèxtil. "Si haguéssim estat professionals potser tot plegat hauria estat més difícil perquè hauriem estat més lligats a nivell d'expressió", argumenta Albero. "Tots coincidíem —prosegueix— en el fet que la fotografia havia d'evolucionar. Això va unir-nos. Potser érem inconformistes, fet que ens portava a buscar nous



Foto: Joan Colom



Foto: Ignasi Marroyo

camins expressius”. “Estàvem en contra de la fotografia dolça que es feia llavors. La fotografia ha de reflexionar la vida, i això llavors no era així, mentre que nosaltres sí que ho fèiem”, explica Marroyo.

L'inconformisme d'aquells joves inquiets i decidits, a més d'una manera diferent d'entendre la fotografia va comportar-los nombroses discussions amb els fotògrafs més ortodoxos, que no entenien aquella nova mirada. Marroyo recorda que les discussions amb els seus crítics “eren sobretot

de conceptes, perquè ells presentaven fotos molt boniques, com una postal, i ens deien que el que nosaltres fèiem no era fotografia”. La rebel·lia d'El Mussol ja s'observa des d'un bon principi. En el tríptic de la primera exposició, a final de 1960, en què podia llegir-se “Ladran... luego cabalgamos”, una actitud decidida enfront les crítiques que rebien dels sectors més ortodoxos.

I és que la fotografia dels “mussols” era més social, més compromesa. I, degut a això, van decidir optar per reportatges,

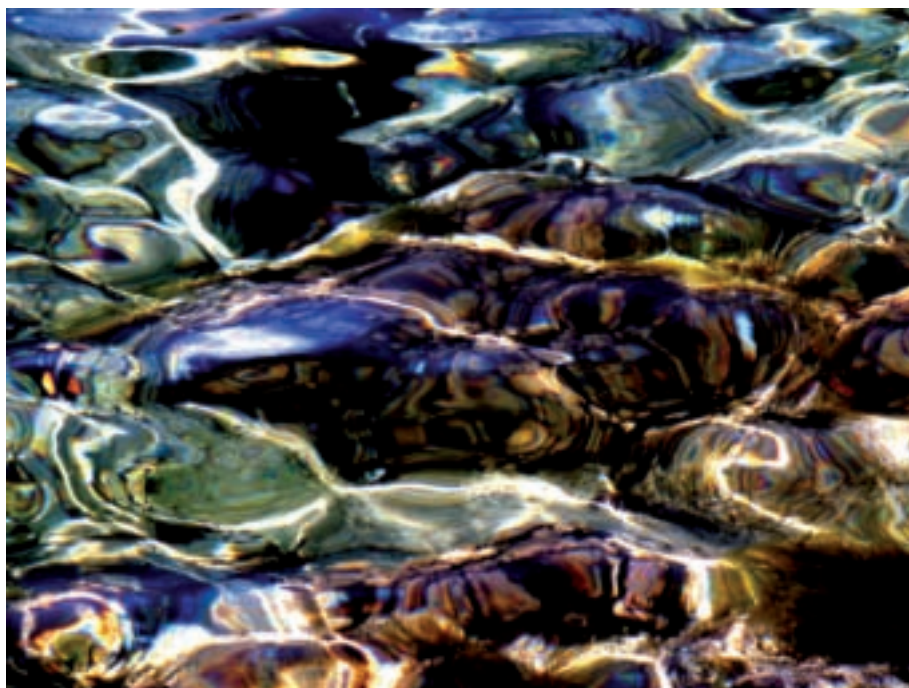
com els que Colom i Marroyo feien per al *Correo Catalán*.

Segons Terré, “els membres d'El Mussol eren joves que tractaven de fer una obra personal. Es plantejaven la fotografia de manera crítica, seriosa i exigent. A diferència dels amateurs més imitadors, els d'El Mussol tenien la voluntat de recerca d'un llenguatge”. “No hi havia voluntat –prosegueix– de ser avantguarda de res. Per a ells, la fotografia era una manera d'expressar i van connectar amb la sensi-



Foto: Antoni Boada

Foto: Josep Maria Alberó



bilitat fotogràfica primigènia, documental, que es basava en la realitat. Perquè tenien passió per la realitat”, afirma Terré.

I com que la realitat es trobava sobretot al carrer, els membres d'El Mussol agafaven les càmeres i sortien a immortalitzar la gent en uns temps difícils, en els quals no es podien fer fotografies sense un carnet de premsa del Ministeri. Una de les temàtiques que més solien fotografiar era la Setmana Santa, ja que en tractar-se d'un espai religiós sense cap mena de connotació política no els deien res.

"ELS CRÍTICS ENS DEIEN QUE EL QUE NOSALTRES FÈIEM NO ERA FOTOGRAFIA" Ignasi Marroyo

“El que feien no era normal, no era gens corrent. Hem de pensar que els fotògrafs de premsa d'aquell temps feien reportatges d'encàrrecs d'esdeveniments concrets, encara que no eren lliures ni tampoc investigaven. Per tant, és molt estrany que els membres d'El Mussol tinguessin precisament aquesta afició”, destaca Ferré.

FALTA DE RECONeixEMENT

El Mussol va estar molt actiu fins al 1964, quan van deixar de trobar-se a Les Planes. A partir de llavors, les reunions eren més esporàdiques, però sense que això impliqués la dissolució del col·lectiu. “Va restar l'esperit del grup”, destaca Marroyo. “Hem anat fent les nostres exposicions a nivell personal, si bé sempre repetint que som del Mussol. En Colom sempre ho diu”, destaca Alberó, en referència al membre del grup que ha obtingut un major reconeixement professional, fins al punt d'obtenir el Premi Nacional de Fotografia.

Durant aquest mig segle d'existència, els ‘mussols’ han anat mantenint el contacte, encara que en els darrers anys s'ha intensificat i d'això n'ha sortit la darrera exposició, que el passat setembre va acollir el Centre Cultural Unnim de Terrassa. La mostra, organitzada pel Fotoclub d'aquesta localitat, va comptar amb fotografies dels quatre membres d'El Mussol vius (Alberó, Boada, Colom i Marroyo). L'exposició –formada

per 136 imatges, algunes inèdites– era la primera de Colom, després que al juliol fes donació del seu arxiu al MNAC.

Laura Terré –coordinadora de l'exposició juntament amb Cristóbal Castro– lamenta que la mostra, una iniciativa dels membres d'El Mussol, no comptés amb cap altre suport. “Ells s'han fet les còpies i han demanat la sala, però darrere no hi ha hagut cap institució que ho impulsés”, afirma Terré va més enllà i critica que, amb l'excepció de Colom, els membres d'El Mussol “no tenen reconeixement perquè ningú no els coneix. Sempre es parla d'ells, però ningú ha vist les seves fotografies. No hi ha cap investigació sobre el grup, cap llibre”.

Amb tot, si mai aquesta investigació comença a fer-se es trobarà amb alguns problemes. Marroyo, que ha cedit tota l'obra a l'Arxiu Nacional de Catalunya, lamenta que no tenen constància d'on es troben els arxius dels seus companys Jordi Munt i Enric Garcia-Pedret, ja morts. Malgrat tot i els inconvenients, tant Alberó com Marroyo ressalten l'amistat que els va unir. “El que més vaig aprendre d'El Mussol és la humanitat”, admet Marroyo. Al seu torn, Alberó destaca la força d'aquell grup d'amics que mig segle enrere van decidir rebel·lar-se mitjançant la força d'una nova fotografia. “El Mussol sempre existirà”, ressalta orgullós. Ç

Més informació a:

www.fotoclubterrassa.com

Web del Fotoclub Terrassa, organitzador de la mostra d'El Mussol en aquesta localitat, en què trobarem molta informació de l'exposició.

Grupo fotográfico Afal. IG Fotovisión (2006). Tesis doctoral de Laura Terré sobre el grup Afal en què es poden trobar ressenyes de les exposicions, tant del Mussol com a grup com dels integrants per separat.

+ info

Dossier
Mitjans i reivindicació nacional

~
/

MÉS ALLUNYATS QUE MAI

Una vintena de periodistes de Barcelona i Madrid
reflexionen sobre el debat sobiranista

La massiva manifestació de la Diada i la posterior aposta del Govern català per la constitució d'un estat propi va tensar les relacions entre Catalunya i l'executiu del PP, una tensió que també va afectar les redaccions dels mitjans.

~

TEXT **JORDI ROVIRA**
FOTOS DOSSIER **SERGIO RUIZ**

Quan el 12 de setembre Artur Mas va recollir el guant sobiranista llançat el dia anterior per la massiva manifestació de la Diada, el Govern va endinsar-se en un complex procés cap un estat propi, amb eleccions incloses. Han estat tres mesos intensos, d'alt voltatge emocional del qual no han estat exemptes les redaccions dels mitjans de comunicació.

Però són moltes les preguntes que, des de la Diada, poden fer-se el periodisme català i l'espanyol. S'ha barrejat massa el periodisme i la política? Quin paper han de jugar els informadors en una situació com aquesta? S'han travessat línies vermelles? CAPÇALERA ha contactat amb una vintena de periodistes catalans i madrilenys i els ha traslladat algunes d'aquestes preguntes.

Una de les primeres reflexions sobre el paper dels mitjans ens trasllada a abans de la Diada. Com molts ciutadans, els periodistes tampoc van preveure el fort augment del sentiment independentista. "Vam estar molt despitats. Arran de la consulta d'Arenys de Munt, alguns vèiem que es movia alguna cosa, però les manifestacions independentistes eren minoritàries", admet Manuel Cuyàs, director

"NO VÀREM PRESTAR ATENCIÓ AL QUE ESTAVA PASSANT AL CARRER, PER AIXÒ ENS VA SORPRENDRE L'ONZE DE SETEMBRE" FRANCESC VALLS

adjunt d'*El Punt-Avui*. Des de la premsa de proximitat, la que manté un contacte més intens amb la ciutadania, també admeten que no van estar fins. "Vam ser miops. Estàvem més preocupats pel soroll

de fons de la crisi i no érem conscient del que estava passant", reconeix Carles Ayats, president de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC), entitat que aglutina 130 capçaleres.

Aquest diagnòstic és compartit per Llibert Ferri, periodista freelance i membre de la sectorial de periodistes –creada tres dies abans de la Diada– de l'Assemblea Nacional Catalana (ANC). L'excorresponsal de TV3 als països de l'Est, però, centra les crítiques en la premsa progressista. "Als

"DETERMINADES REACCIONS DE LA PREMSA DE LA DRETA MADRILENYA HAN CREAT UN GRAN NOMBRE D'INDEPENDENTISTES" IGNACIO ESCOLAR

periodistes catalans que provenen de la informació política de la Transició tot això els ha agafat de sobte, no estava en el seu guió", afirma. Francesc Valls, director d'*El País* a Catalunya, admet que no s'esperava l'escenari de la Diada. "No vàrem prestar atenció al que estava passant al carrer, a la intensitat i als problemes reals dels ciutadans, per això ens va sorprendre l'Onze de Setembre", assegura. Des de RAC1, Jordi

Basté conclou que "la societat ens ha demostrat que no tot passa a la premsa, que estàvem equivocats".

A Madrid, en canvi, les crítiques van en una altra direcció ja que apunten al paper de la premsa catalana i del Govern en l'impuls de la manifestació. Miguel Ángel Aguilar, col·laborador de diferents mitjans i secretari general

de l'Associació de Periodistes Europeus, respon amb la seva habitual ironia: "No hem de mostrar sorpresa, si és que va haver-n'hi, per aquells periodistes catalans que impulsaren la mobilització, que foren contribuents nets a la mateixa i que s'allistaren com a defensors de la independència. La nova realitat de l'augment dels partidaris d'aquestes opcions devia ser considerada el merescut premi als seus afanys". Per la seva banda, Victoria Prego, adjunta a la direcció d'*El Mundo*, assegura que mesos abans de la Diada ja observava

com "des del Govern català hi havia un canvi molt clar, més dirigit cap a l'ofensa i el greuge. I, a més, al finançar institucions que defensaven

aquestes tesis, el clima s'estava enrarint". "Però tot i això –admet– no creia que es traduís en una gran manifestació".

CALDO DE CULTIU

Però, quin paper han tngut els mitjans en aquest augment de l'independentisme? No són pocs els que recorden les portades contràries al trasllat dels "papers de Salamanca", el suport de Telecinco al *Manifiesto por la Lengua Común* o les campanyes informatives contra l'Estatut.

"La sentència de l'Estatut neix d'un caldo de cultiu en el qual va ser fonamental el paper d'una part de la premsa de Madrid", afirma Cuyàs. "La sentència va marcar un punt d'inflexió", admet Valls des d'*El País* que recorda com aquest diari va publicar un editorial que demanava la dimissió dels membres del tribunal. "Érem



MADRID I LA PESADA PLUJA DE METÀFORES

La Diada va ser interpretada, curiosament, pels mitjans madrilenys quasi com els catalans, encara que amb reaccions oposades. Una immensa majoria van atribuir-li la representació de la voluntat política d'independència dels catalans. Molt poques veus a Madrid, com la de l'intel·lectual José María Ridaó, advertiren que les metàfores s'estaven disparant i que, tot i que "moltíssims catalans exercissin el dret a la manifestació" això no significava que "Catalunya hagués sortit al carrer" ni que fos una expressió política unívoca. El fet indiscutible que la majoria dels mitjans escrits i audiovisuals de Madrid estiguin identificats amb posicions conservadores i, en alguns casos, amb el populisme més de dretes, va elevar la temperatura, enfangà el debat amb la temuda pluja de metàfores espanyolistes i va fer difícil escoltar veus més dialogants. *El País* criticà l'avançament electoral i va refusar portar a terme el referèndum dins el marc constitucional, però també va reconèixer el conflicte i obrí un front de discussió sobre una eventual organització federal de l'Estat. Se suposa que aquest debat, al marge dels resultats electorals, segueix obert.

Soledad Gallego-Díaz

Directora adjunta d'*El País*.

conscients que aquella interpretació de la Constitució provocava un divorci amb la ciutadania catalana", afirma. "Els mitjans de la dreta van tenir una posició molt crítica durant les deliberacions del Tribunal Constitucional. Alguns fins i tot participaren d'estratègies de recusació a magistrats favorables a l'Estatut", recorda Enric Hernández, director d'*El Periódico de Catalunya*.

"Són crítiques injustes", es lamenta Paco Marhuenda, director de *La Razón*, que recorda que una àmplia majoria de catalans van votar la Constitució i l'Estatut de 1979. Però les crítiques no provenen

"NOSALTRES HEM PUBLICAT ESTUDIS, MENTRE QUE LA PREMSA DE MADRID MÉS AGRESSIVA, ENS HA RESPOST AMB AMENACES I POR" MANUEL CUYÀS

tan sols de Catalunya. "Els mitjans de Madrid han estat claus en aquest procés. Determinades reaccions de la premsa de la dreta madrilenya han creat un gran nombre d'independentistes", afirma Ignacio Escolar, exdirector de *Público* i actual director de *eldiario.es*. Jordi Basté té

"UNA GRAN MAJORIA DELS PERIODISTES CATALANS SÓN NACIONALISTES I D'ESQUERRES"

PACO MARHUENDA

la mateixa opinió. "La relació és claríssima. Quan reps un atac pots defensar-te. Quan en reps 400 no hi ha defensa i el que vols és canviar el sistema. I el ressò per part de la premsa catalana de tot això ha fet que molta gent digués que ja n'hi havia prou", afirma.

"No he cregut mai que els mitjans fabriquessin independentistes. Cadascú és responsable del que fa i de les seves posicions polítiques. Els sentiments de secessió són coses molt sòlides que es generen amb el temps per diferents raons", respon Victoria Prego.

MIRADA DESACOMPLEXADA

Des de la polèmica decisió del Tribunal Constitucional i la manifestació del 10 de juliol del 2010 contra la sentència, moltes coses han canviat a Catalunya. Pocs mesos després, el 28 de novembre, ciu tornava al poder. Aquell mateix dia sortia el diari *Ara*, que assegurava néixer "sense complexos". Aquell nou mitjà, la progressiva consolidació de RAC1 i 8TV i l'edició en català de *La Vanguardia* consolidaven l'espai de comunicació propi.

Paral·lelament, *El Punt-Avui* va explicitar encara més la seva posició independentista. A final del juny passat, estrenaven una

secció (*Catalunya vol viure en llibertat*) que, tal com escrivia el seu director, Xevi Xirgo, s'incorpora "amb la intenció que es visualitzi clara-

ment l'aposta d'aquest grup de publicacions diàries, setmanals i mensuals per una Catalunya lliure i desacomplexada".

Per a alguns, aquest alliberament mediàtic de complexos identitaris ha reforçat algunes opcions polítiques. El passat 16 de

setembre, Milagros Pérez Oliva escrivia un reportatge (*Independientismo de corazón y de conciencia*) a *El País*, en què analitzava

l'èxit de la Diada i afirmava que "aquesta cohesió contribueixen poderosament uns mitjans de comunicació en català, en general de molt bona factura professional que tendeixen a presentar tot el que passa en el món des de l'òptica de l'interès nacional de Catalunya".

Pérez Oliva citava un estudi del Centre d'Estudis d'Opinió que, entre altres coses, conclou que "els electors que s'informen de temes polítics per mitjà dels informatius de Televisió de Catalunya tenen una probabilitat superior de donar suport a la independència".



La redacció del diari Ara la nit de la passada Diada, en què tots els diaris obrien amb la manifestació.

Des de les antípodes ideològiques, Paco Marhuenda també relaciona els mitjans catalanocentristes amb l'augment del sobiranisme: "Tant a l'escola com als mitjans de comunicació es dona molt de pes al missatge del greuge, de l'espoli, i configura, així, un missatge determinat".

Però no tothom observa una relació causa-efecte. Gemma Nierga, conductora —amb Pepa Bueno— d'*Hoy por hoy* de la

consumidors de mitjans amb una visió catalana de la realitat. Hi ha qui al matí escolta RAC1, després compra l'*Avui* i al vespre mira un programa d'una televisió espanyola", afirma.

MIRADES DIVERGENTS

En un dels punt en què coincideixen quasi tots els periodistes consultats és en l'augment de la distància entre els mitjans catalans i de Madrid, sobretot en el cas de la premsa escrita. "Aquesta distància ja existia abans, però tot el que ha passat aquests mesos no ha ajudat pas a escurçar-la", admet Nierga.

"És evident que hi ha un abans i un després de la Diada per la premsa catalana i de Madrid. A la Diada s'observa un augment de l'independentisme i alguns mitjans catalans en prenen partit. Però a Madrid tothom en pren partit en contra. I això ens situa en una realitat que molts no perceben", assegura Basté. Les postures,

"A MADRID ES TÉ EL MATEIX NIVELL D'INFORMACIÓ DEL QUE PASSA A BARCELONA QUE DEL QUE SUCCEEIX A LISBOA" ENRIC JULIANA

SER, creu que tot plegat "és una tendència natural. Els ciutadans trien la televisió que parla la seva llengua i que divulga continguts que senten més propers". "De totes maneres —aclareix— TV3 no va ser el mitjà més sobiranista". Per la seva part, Vicent Sanchís, director general d'*El Temps*, tampoc detecta una relació directa. "Hi ha més ciutadans a favor de la consulta o de la independència que

XOC ESTRUCTURAL

Entre la Diada i els comicis del 25-N s'han donat quatre fenòmens relacionats amb els mitjans de Barcelona i Madrid. Primer: els fets de l'Onze de Setembre sorprenen tothom, també la majoria de mitjans catalans. Segon: els mitjans internacionals dediquen una atenció insòlita a la política, l'economia i la societat catalanes, més que mai en tota la història. Tercer: aquesta és la primera campanya catalana que els mitjans espanyols cobreixen àmpliament, perquè saben que no són uns comicis normals. I quart: alguns mitjans de Madrid es dediquen a desfigurar deliberadament la realitat a partir de rumors, mentides i notícies sense cap base provada. D'altra banda, els que ens dediquem a l'anàlisi política hem de fer una sincera autocrítica sobre alguns errors de percepció que s'han donat dins d'aquestes setmanes tan agitades. Com a resum, cal dir que la diferència substancial de relats entre els mitjans de Madrid i Barcelona respon a un esquema de xoc estructural d'interessos i valors entre una majoria social catalanista i els poders espanyols, extrem que està més enllà i més ençà dels resultats de les eleccions.

Francesc-Marc Álvaro

Columnista de *La Vanguardia* i professor de Periodisme a la URL



La campanya electoral també va permetre observar la distància existent entre els posicionaments de la premsa catalana i la madrilenya.

doncs, són força divergents. Els mitjans editats a Catalunya defensen la convocatòria d'un referèndum, fins i tot els més allunyats dels postulats sobiranistes. "Nosaltres ens basem en la radicalitat democràtica. *El Periódico* no pot estar en contra del dret a decidir", assegura Enric Hernández. Per la Diada, aquest diari va sorprendre amb una gran estelada a la portada i un titular ("*Escolta Espanya*") inspirat en Joan Maragall. "Des d'aquella portada no ens hem mogut. No estem a favor de processos de ruptura unilaterals ni violents, sinó de pactar i dur a terme la voluntat del poble. Sempre hem defensat que la consulta ha de ser legal", afirma.

Els grans diaris editats a Barcelona no són els únics que defensen el dret a decidir.

Carles Ayats admet que "des de sempre els mitjans de proximitat han estat més propers al català i al catalanisme. Però, periodísticament parlant, hem mantingut un equilibri. L'única discriminació posi-

"SI AQUESTS MESOS ALGUNES AUDIÈNCIES S'HAN DISTANCIAT ÉS PERQUÈ ALGUNS MITJANS AIXÍ HO HAN PRETÈS" ANTONI BASSAS

tiva que hem fet ha estat donar visibilitat a un moviment que si no hauria passat desapercebut".

Ara bé, mentre la quasi totalitat de diaris catalans defensen el referèndum, la majoria dels mitjans de Madrid adopten una

actitud ben diferent i sovint bel·ligerant. Però no tots. "Els únics que mínimament se salven són *El País* i la *SER*", assegura Llibert Ferri, un diagnòstic que comparteixen molts col·legues de professió.

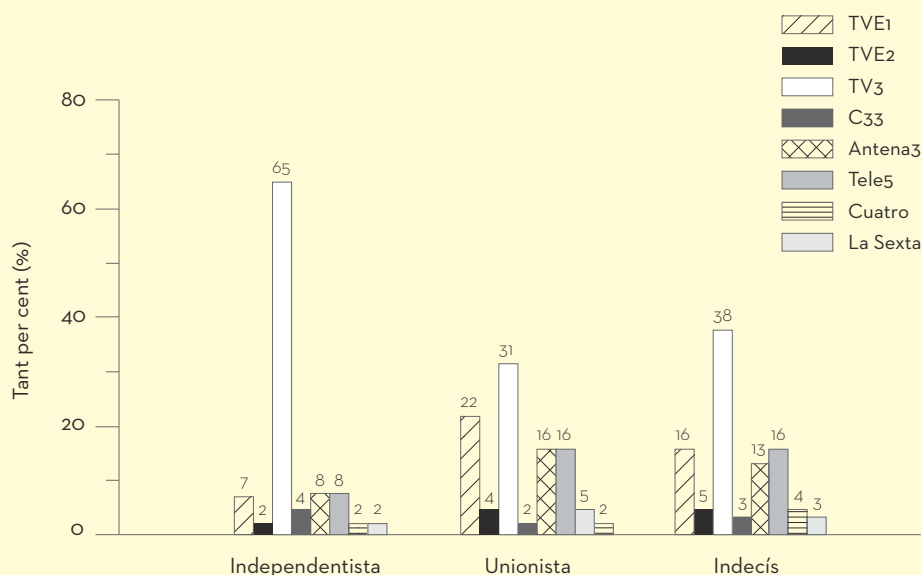
"Rebutjo que es digui que tots els diaris de Madrid són iguals. Nosaltres en som la prova", afirma Valls. "Som l'únic diari d'àmbit espanyol

que defensa la immersió lingüística, però estem sols en una trinxera!", es queixa el director de l'edició catalana d'*El País*.

Una trinxera des de la qual el 23 de setembre Juan Luis Cebrian apostava per la via federal. Un contingut ben diferent al

LA CULPA ÉS DE TV3?

3



La influència dels mitjans en la intenció de vot és un debat obert. Un estudi del Centre d'Estudis Sobiranistes del 2009 analitzava els perfils dels independentistes, unionistes i indecisos. Segons aquest treball, els independentistes són els que llegeixen premsa més habitualment. Pel que fa a la televisió, els independentistes miren fonamentalment TV3 (65%), mentre que unionistes i indecisos ho fan en un 32 i 38%, ja que en conjunt miren molta més televisió espanyola.

mostrat quatre dies més tard en un editorial d'*El Mundo* en què es demanava pena de presó per a Mas en cas de convocar un referèndum "il·legal". "Enmig del soroll, nosaltres hem publicat estudis amb dades, mentre que la premsa de Madrid més agressiva ens ha respost amb amenaces i por", critica Cuyàs.

"No són pors i amenaces sinó que es tracta d'explicar la veritat", respon Marhuenda. "Artur Mas —prosegueix— ha tardat mesos a reconèixer que una Catalunya independent quedaria fora de la UE. No es pot dir que amb la independència tot seria fantàstic. El que demano és un debat seriós en què s'expliqui tot perquè el que s'està fent és un relat que no s'aguanta per enlloc".

PREJUDICIS O PUNTS DE VISTA?

Qui també troba a faltar "un debat d'idees" és Enric Juliana, delegat de *La Vanguardia* a Madrid, però per raons ben

extrema. Hi ha hagut un rebuig visceral i la distància entre les dues premses s'ha fet més gran".

"EN ELS MITJANS CATALANS, CRIDA L'ATENCIÓ UNA TENDÈNCIA D'UNÀNIME OBEDIÈNCIA QUE PODRIA DENOTAR ALGUNA PATOLOGIA" MIGUEL ÁNGEL AGUILAR

diferents. "Aquests mesos, els prejudicis i les idees preconcebudes s'han magnificat i tothom s'ha posat molt seriós. Amb alguna honrosa excepció, la premsa de Madrid ha tingut un paper molt desagradable, amb una nul·la voluntat d'entendre res i una actitud fatxenda cap a Catalunya, amb insults, desqualificacions i una grogleria

peculiar amb quatre capçaleres lluitant per un mateix públic, fet que incentiva la sobreactuació", afirma. La desinformació en seria una altra causa. "No tenen ni idea de què passa a Catalunya. A Madrid és té el mateix nivell d'informació del que passa a Barcelona que del que succeeix a Lisboa", critica.

Juliana atribueix aquesta actitud a raons com la competència empresarial. "La premsa conservadora de Madrid té una situació



DIFERENTS? NO TANT

No estic massa segur de l'existència de cànons radicalment diferents en els mitjans madrilenys i catalans. A Barcelona s'editen grans diaris, intercanviables amb els de Madrid. El factor diferencial residiria en el fet que els mitjans *nacionals* aposten per polítiques d'àmbit general, mostren major agressivitat editorial i s'instal·len en nínxols de lectors definits per la ideologia. Els diaris barcelonins, tot i tenir alguna d'aquestes característiques, són més matisats, com passa a Bilbao o a Coruña. També són més transversals perquè la "informació local" és d'extraordinària importància, mentre que a Madrid les seccions dedicades a la ciutat i a la comunitat autònoma tenen menor rellevància. Això no obstant, no es distingeixen especialment per la major proximitat o allunyament dels poders públics, econòmics o socials. Els de Madrid tenen la seva referència en el Govern i els de Barcelona en la Generalitat; hi ha diferents estils i maneres i, potser, una gamma de grisos en els catalans que és menys apreciable en els madrilenys, més abruptes. La diferència estaria entre la suavitat del Mediterrani i la rigidesa de la Meseta.

José Antonio Zarzalejos

Periodista, exdirector d'ABC

"M'agradaria que em diguessin sobre què tenim prejudicis", es defensa Prego, per qui les informacions divergents en realitat són "punts de vista". "En el tema de la llengua, per exemple, és cert que a Catalunya no hi ha cap conflicte, però una altra cosa és el dret dels ciutadans a escollir la llengua en què volen que estudiïn els seus fills. Per tant, no són prejudicis sinó perspectives diferents", afirma.

Des de Washington, Antoni Bassas també aborda la qüestió en termes similars, però amb conclusions diferents: "Un mitja de comunicació és un punt de vista des d'on s'interpreta el món. I l'audiència tria un mitja, entre altres raons, per identificació amb el seu punt de vista. Entre Madrid i Barcelona sempre ha estat així. Des de l'Onze de Setembre, amb més raó. I si,

"HI HA UN ABANS I UN DESPRÉS DE LA DIADA PER ALS MITJANS CATALANS I DE MADRID"

JORDI BASTÉ

aquests mesos, algunes audiències s'han distanciat, és perquè a alguns mitjans així ho han pretès, per tal de guanyar vendes. O vots".

UNANIMITAT SOSPITOSA

Les crítiques, però, no es limiten a la premsa de la capital d'Espanya. Ignacio Escolar —a qui no sorprèn gens l'actitud "d'una premsa madrilenya que és més extremista que la classe política"— creu que "determinada premsa catalana va prendre una opció molt política amb informacions esbiaixades i defensava una majoria absoluta de Mas a les eleccions com a necessària".

Els periodistes madrilenys consultats coincideixen a l'hora de mostrar la seva sorpresa per les nombroses coincidències que, segons ells, es donen entre diferents mitjans de Barcelona. "Crida l'atenció una tendència d'unànime obediència que podria denotar alguna patologia. Sabem

que qualsevol idil·li sostingut entre els mitjans i el poder és sospitos", afirma Miguel Ángel Aguilar.

Aquesta unanimitat també és objecte de crítica de Paco Marhuenda. "Els mitjans catalans estan absolutament entregats a la causa sobiranista sense fer un debat amb profunditat i estan més a prop d'un discurs únic. El famós editorial conjunt a favor de l'Estatut ja va ser molt significatiu", assegura. Jordi Basté respon a aquestes crítiques: "Hi ha coses que no són qüestió de poder, sinó de sentiment. Hi ha tanta unanimitat i tanta diversitat de mitjans que els que ho veuen com un seguidisme tenen algun problema greu".

Però no totes les crítiques al periodisme català provenen de l'altra banda del pont

aeri. Segons Josep Cuní, "la diferència entre mitjans catalans i madrilenys s'ha ampliat quan, des de Madrid, o les seves delegacions a Bar-

celona, han volgut fer creure que el que passava era explicat amb tendenciositat i traïdoria. Com que els mitjans de Madrid s'havien instal·lat en les seves pròpies trinxeres ideològiques i han viscut en un permanent foc creuat, arribat el moment han forçat que els de Catalunya també ho fessin. I així estem. En una guerra que no era la nostra però de la qual, em temo, ja no en podem ser aliens".

Cuní no és l'únic que utilitza símils bèl·lics. "Ja se sap que, en temps de guerra, els ponts són els primers a ser bombardejats per qualsevol dels dos exèrcits", escrivia Júlia Otero el 28 de setembre en un article (*Independència de Madrid*) a *El Periódico*, on carregava contra els extremitismes. En la professió aquests ponts també sembla que han estat derruïts. "Ja fa temps que la distorsió separadora ha anat segant les cordes que aguantaven alguns ponts. La portada de l'ABC "Persecución del castellano en Cataluña, igual que Franco pero al revés" es de 1993, fa 19 anys. És un soroll de fons

constant que acaba per excloure”, admet Antoni Bassas. En canvi, Ignacio Escolar, prefereix dividir les culpes: “A determinada premsa de Barcelona tampoc li ha

"ELS MITJANS DE MADRID HAN VISCUT EN UN PERMANENT FOC CREUAT I HAN FORÇAT QUE ELS DE CATALUNYA TAMBÉ HO FESSIN" JOSEP CUNÍ

interessat crear ponts. Són dos extrems que es retroalimenten. Sense enemic no hi ha discurs. I des de Barcelona a vegades s'ha exagerat aquest discurs de Madrid i s'ha bombardejat qualsevol possibilitat de crear ponts entre les dues premses”.

POSICIONAMENTS PERSONALS

A part del buit creat entre mitjans enfrontats, al llarg d'aquests mesos molts periodistes catalans també s'han posicionat obertament a favor o en contra del dret a decidir i la independència. Uns cops lliurement, d'altres forçats pel morbo de tercers que els demanaven que es mullessin. A grans trets, els professionals amb una major vinculació amb els mitjans espanyols s'han posicionat contra la independència, mentre que aquells que treballen a Catalunya solen ser més partidaris de la

mentre que l'excepció era Jorge Javier Vázquez que, en referència a la possibilitat d'una secessió, assegurava a *La Vanguardia* que “si els catalans ho veuen positiu per

viure millor, per què oposar-s'hi?”. A l'altra banda, nombrosos periodistes de mitjans catalans (des de Jaume Barberà o Albert Om passant per Xavier Bosch o Toni Soler) no amaguen les seves opinions sobiranistes.

Aquests posicionaments provoquen disparitat d'opinions. Alguns com Cuyàs (“en moments excepcionals com l'actual no veig perquè no podem dir el que pensem”) o Sanchís (no crec en la sacralització dels periodistes, també som persones”) els defensen, mentre que altres com Escolar, Valls o Hernández recelen que els que treballen amb la informació es posicionin obertament. Josep Cuní també apunta en aquest sentit: “Pertanyo a una generació del periodisme que va aprendre que, mancats d'objectivitat, el que calia era pluralitat, equilibri i distància. Sóc conscient, però, que m'he anat convertint en un exemplar en perill d'extinció també perquè ja cada cop en quedem menys en actiu de la meva generació... Em sembla

bé que tothom faci el que pugui o el que vulgui sempre que assumeixi les conseqüències i els riscos que posicionar-se públicament quan

la teva feina està basada a explicar què passa”.

Un altre crític amb els posicionaments personals és el director de *La Razón*. “Hi ha una confusió dels sentiments individuals dels periodistes. Estan barrejant-ho, estan tenint un paper excessivament protagonista”, critica Marhuenda, qui creu que “una gran majoria dels periodistes catalans són nacionalistes i d'esquerres”. “Jo diria que no —li respon Ferri— Això seria com dir que la majoria dels periodis-

"NO ÉS VERITAT QUE L'ESBORRANY ES PUBLIQUÉS PER ALTERAR LES ELECCIONS CATALANES"

VICTORIA PREGO

independència. “Això és normal. Tendim a interpretar la realitat d'acord amb la nostra pròpia biografia, i aquest és un dels debats més importants de la nostra vida”, argumenta Antoni Bassas.

“Ni sóc nacionalista ni sóc partidària de la independència”, deixava clar Mercedes Milà a Telecinco, cadena on Luis Del Olmo demanava sentit comú tot esperant que “passi aquesta bogeria de la independència”. “Reivindico no sentir-me independentista”, deia Xavier Sardà a RAC1



MIOPIES VOLUNTÀRIES

Tagore va dir que “els necis, quan assenyalen la lluna miren al dit”. Convençuts que Catalunya era molt més petita que la realitat, els mitjans catalans hem informat i opinat sobre el que teníem a l'abast. I els catalans que no votaven a les autonòmiques, no comptaven. La participació ha estat més alta que mai i els votants nous han mostrat el cansament respecte de la cantarella independentista. El PSC era l'únic que podia galvanitzar aquest vot, però no saben on van. I la pressió sobiranista els ha deixat acomplexats. Tot i així, no oblidem l'estrany comportament de la premsa i de les televisions de Madrid. No em refereixo a les calúmnies de mitjans privats d'ètica periodística, sinó a la ignorància sistemàtica respecte de Catalunya. Des de la llengua fins al tarannà social, no es mouen del tòpic i alguns arriben a la catalanofòbia burleta. Un periodista de Madrid coneix avui més coses d'Orient Mitjà o de la ciutat de Nova York que no pas de Catalunya. I això ha provocat un efecte resistent a la premsa catalana que ens ha entelat la mirada i ens ha fet veure abans el dit que la lluna.

Joan Barril

Periodista, director d'*El Café de la República* a Catalunya Ràdio



La cobertura informativa de la massiva manifestació de l'Onze de Setembre no es va limitar a mitjans catalans, sinó també espanyols i estrangers.

tes espanyols són nacionalistes espanyols. I no crec que sigui així”.

EL POLÈMIC ESBORRANY

Però si les diferències editorials han augmentat la distància entre mitjans i els posicionaments personals d'alguns han donat uns quants titulars, l'escàndol amb majúscules va arribar el 16 de novembre, en plena campanya electoral, amb la publicació a *El Mundo* d'un *esborrany* policial que vinculava comptes de Pujol i Mas a Suïssa amb el “cas Palau”.

La gran majoria dels periodistes consultats carreguen contra aquest seguit d'informacions. “El que ha passat és escandalós. No poden faltar a la veritat

d'una manera tan brutal”, lamenta Carles Ayats. “El famós esborrany és dels creadors de la conspiració de l'11-M, que fa anys que han travessat una línia perillosa”, afegeix Ignacio Escolar. “Després de

“QUALSEVOL POLITITZACIÓ DELS MITJANS ÉS NEFASTA. SOM PERIODISTES, NO POLÍTICS”

GEMMA NIERGA

l'11-M, els precedents no els avalen i la fiabilitat del document és discutible”, afirma Enric Hernández, mentre que Miguel Ángel Aguilar és taxatiu: “Sobre les manipulacions periodístiques d'*El Mundo* hi ha una llarga i penosa experiència. Estem a les antípodes del

periodisme d'investigació”. Tan sols des de mitjans conservadors de Madrid defensen l'esborrany. “El que no es pot fer és matar el missatger perquè no deixa de ser un informe policial. Això de les conspiracions funciona molt bé”, conclou Paco Marhuenda.

Qui, evidentment, defensa la veritat de l'esborrany és

Victoria Prego. “No és cert que no tingui una base periodística. I tampoc que es publicés per alterar les eleccions catalanes”, assegura l'adjunta a la direcció d'*El Mundo*. Prego explica que “quan es parlava d'aquest tema en les reunions del grup directiu ni una sola vegada es van

referir a si podia afectar les eleccions, sinó que es parlava de qüestions periodístiques”. “Doncs ho han dissimulat molt malament. Com a mínim és estrany...”, comenta Basté.

Prego també nega que la polèmica afectés negativament les aspiracions electorals de Mas: “A Espanya, aquest tipus d’informacions tendeixen a fixar el vot ja decidit o bé a afavorir el candidat que queda en entredit. Només cal veure què va passar a València amb Camps i Gürtel”. Però llavors, per què Pedro J. Ramírez va escriure l’endemà dels comicis en el seu Twitter que a la redacció d’*El Mundo* tenien “la sensació d’haver guanyat unes eleccions autonòmiques a Catalunya”? “No ho sé, no tinc Twitter”, respon Prego.

DEBATS I RESPONSABILITATS

Tres mesos després d’un Onze de Setembre multitudinari, alguns dels consultats n’extreuen conclusions. Carles Ayats, per exemple, assegura que “la principal és que alguns mitjans de Madrid no respecten la diversitat de l’Estat espanyol”. Per la seva part, Gemma Nierga fa una crida contra la ideologització en el sector. “Qualsevol politització dels mitjans de comunicació és nefasta. Som periodistes, no polítics. Cap mitjà no hauria de generar escenaris que crispin els ciutadans. En tot cas, ens toca informar i encetar debats valents”, afirma.

Un cop passats els comicis, alguns consultats opinen que les diferències entre mitjans de Barcelona i Madrid milloraran. “Les posicions s’han enrocat però se suavitzaran en el futur, sobretot després del que ha passat a les eleccions. No és una situació irreversible”, vaticina Victòria Prego. D’altres, però, pensen precisament el contrari i apunten a noves interferències en el procés sobiranista. “Vull pensar –conclou Llibert Ferri– que, a partir d’ara, els mitjans de comunicació tindran més responsabilitat i valentia que mai i denunciaran totes les formulacions intoxicatives. L’esborrany d’*El Mundo* és un primer avís. En vindran molts més”. Ç

RECULL BIBLIOGRÀFIC SOBRE IDENTITAT I COMUNICACIÓ

En els darrers anys, diferents llibres han abordat la relació entre identitat nacional i mitjans de comunicació.

A continuació, oferim una selecció d’assaigs que es poden consultar al Centre de documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes i, en alguns casos, també en línia.

Albaigés i Blasi, Bernat; Cardús i Ros, Salvador; González Balletbò, Isaac; Llorens, Carles; Moreno, David (2007).

El Baròmetre i les necessitats estadístiques del sector de la comunicació.

Barcelona: ESCACC, Generalitat de Catalunya.

Blasco Gil, José Joaquín; Fernández Alonso, Isabel i Moragas i Spà, Miquel de (2009). “Les polítiques de comunicació”.

A Moragas i Spà, Miquel de; Fernández Alonso, Isabel; Almiron, Núria; Blasco Gil, José Joaquín; Corbella Cordero, Joan M.; Civil i Serra, Marta; i Gibert i Fortuny, Oriol (eds.): ***Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*** (pp. 233-249).

Barcelona: Generalitat de Catalunya.

En línia: <http://ow.ly/fErXB>

Bonet, Lluís (dir.) (2002). ***Llibre blanc de les indústries culturals de Catalunya.***

Barcelona: Generalitat de Catalunya.

En línia: <http://ow.ly/fEszX>

Fernández Alonso, Isabel; Moragas i Spà, Miquel; Blasco Gil, José Joaquín; Almiron, Núria (eds.) (2006). ***Ajuts a la premsa a Europa.*** Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Figueres, Josep Maria. ***Premsa i nacionalisme: El periodisme en la reconstrucció de la identitat catalana.***

Barcelona: Pòrtic, 2002.

Fortuny i Batalla, Jordi; Altarriba i Piguillem, Laia; Solà Niubó, Clara. ***El futur de la televisió a l’espai català de comunicació.*** Barcelona: ESCACC.

En línia: <http://ow.ly/fEuui>

Gifreu, Josep (2005). “L’Informe MacBride des de Catalunya: balanç d’una esperança”. ***Quaderns del CAC, 21*** (gener-abril), pp. 79-81.

En línia: <http://ow.ly/fEuAv>

Gifreu, Josep i Tresserras, Joan Manuel (2007). ***20 anys de l’espai català de comunicació. Un objectiu encara possible?*** Barcelona: ESCACC [Conferències pronunciades a la Facultat de Comunicació de la Universitat Ramon Llull, Barcelona, el 21 de juny].

En línia: <http://ow.ly/fEuOi>

Jones, Daniel E. (2007). “Pujol y la construcción de un espacio catalán de comunicación. Interacciones entre las instituciones políticas y empresas mediáticas (1980-2003)”. ***Ámbitos*** (Universidad de Sevilla), núm. 16, pp. 499-524.

En línia: <http://ow.ly/fEv3p>

Moragas i Spà, Miquel de (2005). “L’Informe MacBride: la seva empremta a Catalunya”. ***Quaderns del CAC, 21*** (gener-abril), pp. 83-85.

En línia: <http://ow.ly/fEvdi>

Tresserras, Joan Manuel (2010). ***Polítiques de cultura i comunicació i construcció nacional.*** Barcelona: Direcció General de Difusió Corporativa de la Generalitat de Catalunya.



Dossier
Mitjans i reivindicació nacional



MITJANS, NACIONS I CONFLICTES

Comparativa de la pràctica periodística
en diferents contextes nacionals

El conflicte entre Catalunya i Espanya arran de la passada Diada ha saltat als mitjans de comunicació. Una comparativa de Xavier Giró –professor de Periodisme Polític de la UAB– permet entendre com aquests operen en alguns conflictes nacionals.



TEXT **XAVIER GIRÓ**

Aquest article es proposa exposar pràctiques discursives periodístiques que intervenen en el desenvolupament de confrontacions nacionalitàries i il·lustrar-les amb exemples de diferents conflictes sense parlar ni de Catalunya ni d'Espanya. En primer lloc, s'abordaran les descripcions que fan o difonen els mitjans dels actors; en segon lloc, dels problemes, i en tercer lloc, del procés de negociació o gestió del conflicte.

BÈLGICA I CANADÀ, DIVIDITS

Les concepcions recíproques que tinguin els contrincants són factors determinants de les expectatives amb què s'aborda el xoc. El desconeixement entre actors o grups socials involucrats, sovint via el foment dels estereotips, i la identificació errònia o ambigua dels subjectes-actor i de les seves responsabilitats són obstacles seriosos per trobar-hi sortides.

A Bèlgica, per exemple, el sistema comunicatiu és ben diferenciat. Hi ha mitjans en francès per als valons i en neerlandès per als flamencs. No hi ha diaris, televisions ni ràdios dirigits a ambdues comunitats. Cada una té la seva pròpia organització audiovisual regulada per la comunitat lingüística i no pel govern central. Ambdues promouen la identitat cultural pròpia. Pràcticament, a cap mitjà no hi ha informacions de l'altra comunitat. Només un 3% de les notícies de la televisió flamenca tenen a veure amb assumptes de la valona. Els canals francesos paren una mica més d'atenció a Flandes i a l'estat central.

La contrapartida està en la simplificació i els estereotips que fomenten els mitjans d'ambdós costats. El focus informatiu es posa sobre les diferències, com si fossin caricatures. Cada comunitat es percep com a víctima de l'altra. Flandes apareix sovint com un niu de feixistes d'extrema dreta que pretenen independitzar-se dels valons. Els mecanismes són habituals: les declaracions cridaneres d'un polític separatista s'adjudiquen sovint a tots els polítics i d'aquí a tota la comunitat. Les declaracions que subratllen les diferències són amplificades.

En sentit invers, el valons són representats com a mandrosos i paràsits socialistes carregats d'escàndols i corrupció. Les zones riques i de vot liberal de Valònia són ignorades pels mitjans de comunicació flamencs. També les declaracions

ELS VALONS I ELS FLAMENCS DISPOSEN DE SISTEMES COMUNICATIUS PROPIS QUE PROMOUEN LES RESPECTIVES IDENTITATS CULTURALS

flamígeres d'algun líder francòfon són projectades com si fossin del conjunt de la seva comunitat.

També al Canadà, les visions del país aportades pels mitjans varien substancialment ja siguin en anglès o en francès.

Malgrat les dues visions diferenciades que els mitjans anglesos o francesos aporten sobre les nocions de nacionalitat, identitat nacional i nacionalisme, arran

del referèndum de sobirania al Quebec, d'octubre de 1995, i de les queixes del primer ministre canadenc del moment, un estudi independent del servei en francès de la Canadian Broadcasting Corporation /Radio Canada va concloure que encara que veien la qüestió des de filtres totalment diferents, no es podia afirmar que les dues xarxes fossin políticament esbiaixades. De tota manera, dos mesos més tard, els programes satírics tradicionals de cap d'any de les dues cadenes van estar decorats de gags de mal gust, quasi racistes amb descripcions estereotípiques sobre l'altre grup lingüístic.

VÍCTIMES I AGRESSORS

La informació acurada sobre els actors i de qui és responsable de què no és només una qualitat del bon periodisme, és un

factor que influeix en la representació mental que se'n fa la ciutadania i correlativament en la identificació dels contrincants —o

l'enemic— i, per tant, de les batalles que hi ha al davant.

En els conflictes nacionalitaris l'antagonista pot ser descrit de diverses maneres i no totes són precises. Per exemple, en el cas de l'ex-Iugoslàvia, un crim comès per guerrillers serbis, no és un crim comès per "els serbis". El mateix val per a croates o bosnians. Per molt que els agressors actuïn amb la pretensió de fer-ho en nom del que identifiquen com



La manifestació de la Diada va provocar un augment del conflicte polític que també es va observar entre els mitjans de comunicació de Barcelona i Madrid.

la seva nació, no es pot fer responsable tota la comunitat identificada com a nació – o creença– d'aquelles accions.

En conflictes d'alta intensitat de tipus ètnic o identitari, les agressions des d'una

AL CANADÀ, LES VISIONS DEL PAÍS APORTADES PELS MITJANS VARIEI SUBSTANCIALMENT JA SIGUIN EN ANGLÈS O EN FRANCÈS

(escric *des d'una* no *d'una*) comunitat són comesos per una minoria –a vegades molt petita, a vegades simplement el govern– contra el conjunt de l'altra o contra qualsevol membre de l'altra pel simple fet de ser membre de l'altra comunitat.

Així, sí que tota una comunitat pot tenir el paper d'actor-víctima, però rarament el d'agressora.

En conflictes de menor intensitat, el raonament no difereix gaire. El que fan els líders, no necessàriament ho fa tota la comunitat que lideren, per tant, les atribucions col·lectives de responsabilitat com

es pot fer a través del nom en plural dels integrants de la comunitat o nació no fan un bon retrat del conflicte.

Tampoc no el fan els noms col·lectius singulars que identifiquen les comunitats

–com per exemple Anglaterra, Canadà, Valònia, Flandes o les seves capitals usades com a sinònim del país– per parlar de les declaracions o accions del govern, d'un partit o d'una part de la ciutadania. No és excusa al·legar que en periodisme facin falta sinònims per no repetir termes que fan lleig perquè encara que hi ha persones que ja entenen que les denominacions col·lectives han estat usades només per un afany estilístic o perquè no hi havia més espai en el titular, en temps de confrontacions és igualment cert que hi ha persones que no ho perceben, i menys si alguns líders s'abonen a les generalitzacions contra l'enemic.

En un altre nivell, se situa la discussió sobre si el responsable o l'actor precís és

l'Estat, que també es identificable sovint pel nom singular col·lectiu, o ho són els que controlen l'Estat. Deixem oberta aquesta qüestió perquè n'hi ha altres que demanen pas abans del final de l'article.

Pel que fa als problemes, els actors tendeixen a tirar de veta de la mateixa estratègia discursiva que fan servir en parlar

ELS MITJANS BRITÀNICS I CANADENCS NO HAN SACRALITZAT O PRESENTAT LA LLEI COM A IMMUTABLE

dels oponents: emfasitzen els defectes, els errors i les derrotes dels altres i mitiguen les pròpies; i, paral·lelament, emfasitzen els encerts, les victòries i les demandes pròpies i mitiguen les contràries.

Si els mitjans donen la veu només a una part o sobretot a una de les parts enfrontades és clar que no contribueixen gaire bé a la resolució del conflicte. És el que feien alguns mitjans a Sèrbia i a Croàcia i a altres llocs, oi?

I no tan lluny ni tan a prop. Per exemple, una informació de *The Guardian* del passat 23 de març, titulava: "David Trimble: Scottish nationalists 'doing violence' to identity of Scots" ["David Trimble: els nacionalistes escocesos 'exerceixen violència' contra la identitat dels escocesos"]. I de subtítol: "Former Ulster Unionist leader says all Scots have a dual British identity that is under threat amid push for independence". ["L'exlíder unionista

de l'Ulster diu que tots els escocesos tenen una identitat britànica dual que està amenaçada en la pugna per la independència"].

És simplement una peça i no permet, de cap de les maneres, treure conclusions sobre el conjunt del discurs del diari. Acotat això, es pot afirmar senzillament que en reproduir acríticament aquestes paraules d'un míting de Trimble divulga una estratègia discursiva inflammatòria –potser incendiària– d'una

de les parts. Inflamatòria perquè la paraula *violència*, en termes acadèmics podria ser acceptable com a violència simbòlica, si bé en l'esfera pública frega de massa a prop la semàntica de la violència que el públic coneix per excel·lència, la física.

Per desfer dubtes, sobre el punt de vista de l'article n'hi ha prou amb l'entradeta: "David Trimble has accused Scottish nationalist of 'doing violence' to the partly British identity of every Scot by trying to break up the UK". ["David Trimble ha acusat els nacionalistes escocesos 'd'exercir la violència' contra la identitat parcialment britànica de cada escocès amb l'intent de trencar el Regne Unit"]. *Trencar* [break up] és un verb negatiu en gairebé totes les cultures.

Si els mitjans donen la veu a totes les parts confrontades, són una mica més a prop de la feina que han de fer, però la fan a mitges si no assumeixen els problemes

i les dimensions. No n'hi ha prou amb transmetre al públic el discurs que cada part desplega amb l'estratègia política.

Per acabar, considerem la presentació de les lleis en conflictes de baixa intensitat. En els d'alta mana la llei de les armes. En la lingüística anglosaxona es parla de metàfores gramaticals per assenyalar substantius que supleixen resultats d'accions humanes. Els actors en conflictes a vegades fan el mateix. Les lleis són productes humans modificables. Presentar-les com a subjectes d'oracions per dir que prohibeixen o estableixen el que sigui és metaforitzar –llegeixi's *amagar*– que són els individus o els grups que les van aprovar qui prohibeixen o estableixen i que poden ser canviades o abolides.

Els mitjans del Regne Unit i del Canadà no han fet seu el discurs que sacralitza o presenta com a immutable la llei, així que han contribuït a un desenvolupament del conflicte dins la categoria de la baixa intensitat. Ç

Dossier
Mitjans i reivindicació nacional



PERIODISME I CATALANISME AL SEGLE XX

Anàlisi històrica de dues òptiques d'un mateix debat

Històricament la premsa de Barcelona i de Madrid han respost a dues concepcions de l'Estat oposades, fidel reflex de la confrontació política. En un moment molt delicat de les relacions entre Catalunya i Espanya, Josep Maria Figueres –professor d'Història del Periodisme a la UAB i autor d'un centenar d'estudis sobre aquesta temàtica– ens mostra en aquest article una visió ràpida al segle XX per ubicar el debat polític i mediàtic actual.



TEXT JOSEP MARIA FIGUERES

A partir del 1714, s'enceta una tongada de prohibicions per a l'opinió pública catalana, encarnada en el periodisme d'arrel identitària, per part del poder polític central, que minoritzarà el pensament fins a extrems màxims i prohibirà la comunicació política. Només amb la Renaixença i l'empenta de la societat urbana, una Barcelona en creixement impulsa vehicles comunicatius propis malgrat censures i prohibicions. Així, en plena Restauració, Valentí Almirall, a «Persecucions a la premsa catalana» (*L'Aureneta*, Buenos Aires, 5-I-1879), publicat a l'exterior i sense signar, per raons òbvies, palesa la dificultat d'un debat en què les argumentacions no poden ser lliures perquè una de les parts és, alhora, literalment jutge. El *Diari Català*, com moltes altres tribunes, és suspès en argumentar sobre el catalanisme. No obstant aquesta situació de disfuncionalitat del diàleg, les dues parts, especialment en moments crucials, han exposat sengles argumentacions i ara, en un decisiu moment per al futur de Catalunya, apareixen, igualment, posicions oposades en el periodisme.

La irrupció de noves publicacions, per exemple, diaris com *La Renaixença* (1881) i, sobretot, *La Veu de Catalunya* (1899) o setmanaris com *La Campana* (1870) i *L'Esquella* (1872) configuren la influència a la societat catalana d'un pensament

que aspira a la igualtat i a la llibertat. Quan Almirall porta, en plena primera República, la concepció de la llibertat federal a Madrid on durant uns mesos *El Estado Catalán* se'n fa ressò i proposa una federació, o confederació, seguint el model d'Estats Units o Suïssa, l'experiment, la bona voluntat, acabarà d'una manera contundent afirmant, la darrera línia del darrer escrit del darrer número: «Lasciati ogni speranza». Era l'11 de juny del 1873. No hi ha res a fer.

Vint anys després, la Lliga Regionalista guanya eleccions i el conflicte polític entre dues concepcions de l'Estat, la centralista que encarna, grosso modo, Madrid, i l'austriacista o descentralitzada

EN ELS MOMENTS EMBLEMÀTICS, HI HA UN PERIODISME QUE DEFENSA LES ARGUMENTACIONS POLÍTIQUES DE MAJOR LLIBERTAT

de Barcelona s'encarna en els periòdics, en el periodisme en què s'exposen súpliques i argumentacions per uns, amenaces i consideracions per altres. Semblantment al moment present, en què catalans argumenten el dret a votar i el centralisme la imposició de la negació. La relació és desigual. Durant el segle XIX, Catalunya o la província de Barcelona, està la major

part del temps sota règim militar, en estat de guerra o en conflictes que tenallen l'anomenada *llibertat d'impremta* aleshores, *llibertat d'expressió* avui. Durant el XX, dues dictadures militars ocupen la meitat del segle també. Entremig, a més, molta violència. Tot el segle XIX és ple de conjuntures en què sempre hi ha un conflicte urgent abans de la reivindicació catalana (el 1919, amb la qüestió social, o guerres com Cuba o Marroc). Avui, parlar de crisi abans de llibertat nacional és un discurs gastat per l'historiador que pot exhumar antecedents a dojo.

Sempre hi ha el recurs a la violència, com a última *ratio*. No hi ha arguments ni raons sinó simplement la força i prou. Quan el catalanisme té un cos social gran i pren força dins el conjunt social català no accepta la imposició de la corrupció com a norma, del

cunierisme, la martingala electoral, i crea un sistema polític democràtic que respecti la catalanitat, elimina els partits dinàstics i guanya les eleccions del 1901 “per golejada”. Poc després, el novembre del 1905, la guarnició militar barcelonina destrueix les redaccions i impremta dels emblemàtics periòdics *La Veu* i *Cu-cut!* com a al·lusió al futur, ras i curt, per imposar el model de

Cuba i Filipines, sotmeses i que encarnen José Martí i José Rizal reprimits, emprisonat i condemnat a treballs forçats el primer i afusellat el segon.

DUES VISIONS DIFERENTS

Ens fixarem en uns moments emblemàtics del segle XX, durant la consecució d'uns conjunts jurídics que poguessin establir la situació, els estatuts d'autonomia, l'intent del 1918, del 1932 i el més recent

ELS DOS PERIODISMES, EL DE BARCELONA I EL DE MADRID, HAN TINGUT SEMPRE HISTÒRIES D'INCOMPREENSIÓ

de l'actual estatut. En tots aquests hi ha un periodisme que defensa les argumentacions polítiques de major llibertat per a simplement organitzar la vida col·lectiva i amb institucions representatives i eficients. No hi ha cap mena de dubte que sense la densa malla, la primera dècada del segle XX, amb diaris i setmanaris a totes les capitals de comarca importants i a totes les ciutats, la Mancomunitat no hagués estat tan assumida pel conjunt de la població.

Igualment, la reivindicació del 1918 fou aturada amb la divisió social i la dictadura de cinc anys després i l'Estatut del 1932 mai no hagués arribat tampoc de no disposar de mig centenar de diaris i centenars de publicacions arreu del país, diaris nous com *El Matí*, *La Humanitat* o *L'Opinió* i diaris vells com *La Veu*, *La Publicitat* o *L'Autonomista*. Actualment, dóna molta força que diaris com *Avui*, *El Punt*, *Ara* o *La Vanguardia*, entre altres és

clar, estiguin ben identificats amb l'ideari democràtic i nacionalista dels lectors i, de fet, si algun d'aquests diaris canviés substancialment de perspectiva de mires veuria, sens dubte, com un sector de lectors l'abandonaria per falta de sintonia.

Els dos periodismes, el de Barcelona i el de Madrid han tingut sempre històries d'incomprensió. No hi hagut vinculació fàcil, fora de moments puntuals i en tribunes concretes, potser *Triunfo* amb col·laboradors com Manolo Vázquez Montalbán i altres casos concrets. Tanmateix, els escriptors han col·laborat –*Gaziel* a *El Sol* o la plana

major des d'*ABC* a *La Vanguardia*– en la interpretació informativa. No hi hagut sensibilitat i el fet arranca de lluny.

Els antecedents són el silenci davant alguna reivindicació significativa dels catalans. Un cas emblemàtic és el *Memorial de greuges* (1885), amb la indiferència que

ELS DEBATS PERIODÍSTICS SÓN AGRESSIUS COM A ESCENARIS DE CONFRONTACIÓ IDEOLÒGICA PREVIS A CANVIS D'ORGANITZACIÓ POLÍTICA

es rep la màxima representació catalana (Guimerà, Verdaguer...) que simplement demana que s'aturi la discriminació cultural, lingüística, identitària... i que no s'apliqui una política econòmica només favorable a Castella, que també té el seu dret, llengua, mentalitat, etc. com a dominant i que vol fer que sigui, tal com

aconseguirà, la seva particular opció, la comuna espanyola, l'hegemònica.

La premsa madrilenya silencia la diferència, la menysté, la ignora, la rebutja o la ridiculitza. Els intel·lectuals fan el buit i, fins i tot els més progressistes, com Núñez de Arce, polemitzaran agrament amb catalans –Mañé i Flaquer, el mateix Almirall– perquè veuen que el català aspira a la normalitat, és a dir, als mateixos drets que té el castellà al seu territori i, per tant, el desplaçarà, i volen preservar el privilegi fruit de la conquesta i la força. Les posicions seran enfrontades, tot i que la discussió no pot ser lliure perquè si el catalanisme es «passa» se li aplica una legislació, la llei de Jurisdiccions del 1906 que posa, inversemblantment, el control dels continguts periodístics sota la jurisdicció militar i així empresonen periodistes el primer terç de segle, –de Pous i Pagès a Manuel Carrasco i Formiguera– que no poden recórrer sentències ni tenir judicis justos atesa la particularitat ideològica. No hi ha prou en mirar la premsa militar, –diaris i setmanaris, no les publicacions oficials–, que consideren el catalanisme una anomalia que cal extirpar per dur a la bona salut, la unificació. No és casual que el primer decret de

Primo de Rivera, menys d'una setmana després del cop d'estat del 13 de setembre del 1923, sigui el de repressió del separatisme, o sigui dels “delictes” d'opinió.

No hi ha cap mena de sensibilitat a la diferència. El que per als catalans és l'expressió, tan genuïna, «parlem-ne»,



per als espanyols serà un «¡Ni hablar!», exponents de dues mentalitats conceptuals oposades, o almenys, ben diverses. Quan els catalans callen, els diran: «Quien calla otorga» i no, la dita local: «Qui calla, no diu res» tan vinculada a la sensibilitat racionalista i positivista de la mentalitat lògica i vinculada a la raó com la catalana. El diàleg al llarg del segle xx, doncs, entre imposicions i malentesos, serà ben escàs i difícil. Només en un moment es veurà mínimament acceptat, durant la Guerra Civil, quan el Madrid assetjat assoleixi la sincera solidaritat catalana.

Com han argumentat en economia Francesc Cabana, en llengua Francesc Ferrer, o en política Josep Benet, els posicionaments seran de dos nivells irreconciliables. Un vol absorbir i l'altre mantenir. I cap serà més fort que l'altre. L'opció espanyola no pot esclafar la reivindicació catalana i aquesta no pot imposar el seu model al conjunt estatal. El segle xx serà de conflicte, directe o soterrat, quan la força hagi d'imposar el seu model precisament perquè la reivindicació no pugi de to. No deixa de ser representatiu que el primer decret de Franco, en trepitjar terres catalanes, fos l'abolició de l'Estatut.

DEBATS AGRESSIUS

Sigui amb caricatures, les de Sileno a l'ABC amb un Macià boig els anys trenta, les d'El Imparcial dibuixant un Cambó també boig, els debats periodístics són agressius com a escenaris de confrontació ideològica previs a canvis d'organització política. L'argumentació respon a un conflicte d'origen: no s'al·ludeix a una dificultat de relació que cal superar sinó, reducció-



INSULTS, BEFES I DIALECTES

Les diferents postures de la premsa catalana i madrilenya respecte a la configuració de l'Estat s'observa en nombrosos articles i llibres. A continuació, en publiquem tres extractes força representatius.

«Davant dels insults i les befes a Catalunya vingudes de periòdics de Madrid, davant de les amenaces a la nostra llengua i a la nostra manera d'ésser, davant del règim excepcional a què es condemna indefinidament la nostra terra, tots els catalans se senten ferits en el més íntim de les seves afeccions, tots els catalans senten l'ofensa, i sense distinció de classes i estaments, d'escoles i partits, de províncies i ciutats, s'uneixen per protestar-ne amb enèrgica protesta»

Enric Prat de la Riba: «El míting de Solidaritat», La Veu de Catalunya, 9-II-1906. rep. a Obra completa, III, 41-42

«Que cada cual se exprese en su idioma o dialecto regional, e incluso haga con él literatura, me parece muy bien. Lo primero es natural y lo segundo no es más que ganas de perder el tiempo en la mayoría de los casos. Pero que un particularismo localista, xenófobo y chovinista, con idioma o dialecto de escasa difusión, lleve sus prejuicios, sus odios y su delirio de grandezas al extremo de boicotear el idioma nacional, el español, con el que se han dado a conocer tantos ingenios: que ha atravesado los mares y ha sido vehículo de civilización en las cinco partes del mundo y hablan cien millones de almas, me parece más que censurable, un crimen»

ABC, 9-I-1931

«El dia 2 de maig de 1920 es celebraren a Barcelona Jocs Florals al Palau de Belles Arts. N'era mantenidor el mariscal Jofre, rossellonès que havia conservat viu l'esperit de catalanitat malgrat la glòria de les seves victòries. (...) A la sortida es proferiren, copiosos, crits estridents. La policia actua amb energia potser excessiva per tal de reprimir les manifestacions (...) Hi hagué un bon nombre de ferits i protestes irades que es manifestaven amb visites a les autoritats i telegrams a Madrid. Com altres vegades, la premsa de Barcelona donava una tonada diferent a la de Madrid. Aquesta atacava els separatistes, els catalanistes, els catalans i Catalunya, Tornàvem a tenir per alguns dies una d'aquelles situacions tan desagradables que sols servien per a enverinar i dificultar solucions favorables per al plet català!»

Francesc Cambó: Memòries (1876-1936), Barcelona, Alpha, 1981.

nalment, al nomenat «problema catalán» (encara avui s'escriu així!) que cal, doncs, com tots els problemes, resoldre.

Per aquesta raó tantes vegades hom considera els catalans com a sinònim de jueus (a exterminar), de fenicis (comerciants, usurers, indignes) i com un virus o càncer, així de dur, que simplement cal anihilar i eliminar per la seva intrínseca maldat.

DEL 1885 FINS A L'ACTUALITAT, EL PERIODISME MADRILENY HA CONSIDERAT CRÍTICAMENT LA DIFERÈNCIA CATALANA

Això no apareix en premsa marginal sinó a l'espai d'honor, les portades, les pàgines d'opinió de la premsa més influent, la de referència. Seran molts els comentaristes que durant tota la vida, de Marsillach a primers de segle fins a Salaverría o J. Camba els anys deu, vint i trenta, maldaran contra les reivindicacions catalanes, siguin l'oficialitat de la llengua «infantilismo local» a la simple llengua «a todos los españoles nos indigna que los catalanes hablen catalán». Només quan hi hagi «fusiles aún humeantes» apareixerà la manca del problema pel silenci forçat d'una part. És clar que aleshores l'única premsa serà la de l'exili, i fins i tot aquesta el centralisme la persegueix amb ràbia com féu amb el setmanari cultural *El Poble Català* (París, 1940) en una trista història de venjança contra la revista cultural dels vençuts a les portes de la Segona Guerra Mundial.

Quan comencen les discussions parlamentàries de l'Estatut d'Autonomia la primavera-estiu del 1932, *ABC* inclou

en portada el retrat d'Isabel la Catòlica «en cuyo reinado glorioso se realizó la unidad de España». El 2012, quan les reivindicacions catalanistes són multitudinàries, TVE emet una sèrie sobre aquesta monarca per com, afirmen comunament i erròniament, començà la unitat. I, al mateix temps, el ministre de cultura parla d'espanyolitzar els infants catalans. Una manca d'incomprensió històrica en un

discurs en el qual no és aliè el paper dels mitjans de comunicació centralistes.

Són diaris els que organitzen protes-

tes –mítings, etc. – o avui reparteixen banderes d'Espanya o ahir postulaven taules de signatures contra l'Estatut o s'oposaven que els papers catalans de Salamanca tornessin al lloc d'on foren espoliats. Ho fan perquè consideren que encarnen l'essència de l'espanyolitat a partir d'un model únic: una llengua única, un sistema polític únic i un predomini del model castellà.

El discurs, constant al segle xx, ha penetrat i ha arrelat conceptes que mostren la mateixa realitat de maneres diferents. Així, en l'ensenyament del català, diaris de Barcelona parlen d'accés a la llengua perseguida durant el franquisme que té el suport del Parlament català, mentre diaris de Madrid magnifiquen i creen el conflicte, com va fer *El Mercurio* al Xile anterior a Pinochet. Exploten una argumentació fictícia i repeteixen fins a l'exageració la mentida i així disposar d'una predisposició dels seus lectors que volen que aquell fet passi encara que sigui

inexistent. Ho palesa el 12 de setembre de 1993 el diari *ABC*: «Igual que Franco, però al revés. Persecución del castellano en Cataluña». Contestada per *La Vanguardia* el 3 d'octubre amb una enquesta demostrant que el castellà no estava perseguit.

Des de 1885 fins ara, el periodisme madrileny ha considerat críticament la diferència catalana i no ha maldat pels ponts del diàleg que durant tot el segle, de Prat de la Riba a Espriu s'han intentat infructuosament per part catalana fins a veure la inviabilitat.

El punt àlgid de malentès serà l'estiu del 1932. *El Imparcial*, –que Prat de la Riba definia com a diari «d'incurable ceguesa»– amb números extraordinaris criticant el projecte d'autonomia catalana. Recordava, així, la campanya «Hermanos o extranjeros» de l'*ABC*, campanya que va ser replicada des de *La Publi* per Rovira i Virgili. Això és consultable a *Catalunya i Espanya* on Jaume Sobrequès aplega els periòdics catalans, de *La Humanitat*, *La Veu* i *La Publicitat* fins a l'humorístic *El Be Negre* que parodia el monogràfic d'*El Imparcial* en to sarcàstic, tot mostrant-hi els deserts de distància entre les dues concepcions periodístiques. Ç

Més informació a;

El periodismo catalán. Prensa e identidad. Un siglo de historia (1879-1984) (Editorial Fragua, 2012) de Josep Maria Figueres.

Catalunya i Espanya (La Magrana / Diputació de Barcelona, 1988) edició a cura de Jaume Sobrequès.

+ info

Dossier
Mitjans i reivindicació nacional



CATALUNYA, A L'AGENDA INTERNACIONAL

La visió de la premsa estrangera
d'uns mesos convulsos

Vint anys després dels Jocs Olímpics de Barcelona –l'últim cop que Catalunya va ser el centre de l'atenció internacional de la premsa estrangera–, la massiva manifestació de la Diada i les derivacions polítiques que van implicar, així com les conseqüències d'una hipotètica secessió, han fet córrer rius de tinta entre els mitjans internacionals.



TEXT EUDALD COLL

“En quatre setmanes, s’ha parlat més de Catalunya en la premsa europea i internacional que en els últims trenta anys”. La frase, pronunciada per Artur Mas al programa *Àgora* de TV3, el passat 1 d’octubre, resumeix a la perfecció l’estat de la qüestió d’un problema que semblava no tenir solució. Catalunya no tan sols tenia molt poca presència a la premsa estrangera com a subjecte polític sinó que, a més, quan apareixia sovint era amb informacions que tiraven de tòpics o a partir d’una visió molt propera a Madrid, on viuen la majoria dels corresponents estrangers. Però aquesta situació es va girar com un mitjà el passat Onze de Setembre.

La manifestació de la Diada i la posterior aposta del Govern de Mas per aconseguir un estat propi va posar Catalunya en l’agenda mediàtica, de la qual encara no ha sortit. De sobte, els periodistes estrangers venien a Barcelona més que mai i el president acumulava sol·licituds d’entrevistes de mitjans internacionals (un parell de setmanes abans de les eleccions en tenia quasi una norantena). Una prova més d’aquest canvi d’escenari és que en els passats comicis més de setanta periodistes estrangers d’una quinzena de països s’acreditaren al centre de premsa del Parlament per seguir la jornada electoral.

Una situació impensable anys enrere. Una ullada al llibre *Cata...què? Catalunya vista per la premsa internacional* (La Campana, 1994) del periodista Carles Puigdemont —actualment alcalde de Girona— permet adonar-nos de la poca presència mediàtica del fet català a l’estranger. Tal com s’explica al llibre, l’Espanya franquista es va convertir en destí del turisme europeu, si bé tant el règim com els operadors turístics crearen una imatge folklòrica contra la qual s’ha hagut de lluitar durant tots aquests anys. Amb poques excepcions —com les crítiques al Règim de l’abat Escarré a *Le Monde* el 1963 que provocaren el seu exili—, no és fins als Jocs Olímpics que els mitjans internacionals focalitzen

l’atenció a Barcelona. Vint anys després dels Jocs, Catalunya torna a l’agenda mediàtica amb una força inusitada.

Però, tot i que la premsa estrangera s’ha bolcat amb el debat Catalunya-Espanya, el principal canvi no és tan sols la quantitat d’articles, sinó també el contingut. Fins fa pocs anys, s’acumulaven les crítiques als mitjans estrangers, als quals s’acusava de referir-se al fet català des del punt de vista de Madrid, on resideixen la majoria dels corresponents. “Ara el que expliquen és molt més proper. En general, donen una imatge molt positiva de Catalunya. En aquest sentit, hi ha un canvi important”, admet Salvador Garcia, economista i un dels impulsors del Col·lectiu Emma, un grup de ciutadans que va fundar-se el 2009 per lluitar contra certes informacions esbiaixades —o directament incorrectes— sobre la realitat catalana. Durant aquests anys, el Col·lectiu —que suma quasi cinquanta persones en diferents graus d’implicació— ha organitzat trobades amb periodistes i ha enviat informació, bàsicament als corresponents residents a Madrid i Londres. Des d’un començament, centraren els esforços en uns pocs —però influents— mitjans com el *New York Times*, *Wall Street Journal*, *Financial Times* o *The Economist*.

“Si comparem el que la premsa internacional deia fa dos anys, l’any passat i enguany s’observa un canvi de tendència.

"S'EXAGERA LA IDEA DEL TEMPS QUE ES PREN LA MONCLOA PER INFLUIR-NOS SOBRE EL TEMA CATALÀ" RAPHEL MINDER, *INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE*

La premsa anglosaxona, que és la que genera més opinió, és actualment la més propera i la que potser entén millor la petició d’un estat propi per la seva tradició democràtica i perquè hi hem dedicat més esforços”, explica Garcia. Així doncs, per la passada Diada aquesta feina ja recollia

uns fruits. “Els periodistes abans no venien a Catalunya i ara sí que ho fan. I des de la Diada estan venint més. El que volem és que parlin amb la gent d’aquí, i no des de la distància”, explica.

MITJANS POLITITZATS

Un dels que es va passar per la Diada va ser Raphel Minder, corresponental de l’*International Herald Tribune*. “Pocs cops he vist tanta gent passant una tarda sense que ningú s’aprofités de la multitud per treure’n rèdits violents. Va ser una gran prova de civisme”, recorda. Amb tot, aquella Diada cívica també va suposar el punt d’inici d’uns mesos convulsos en què de Madrid i Barcelona sovint s’ha informat des de punts de vista divergents. “La premsa espanyola està totalment dividida i polititzada sobre tots els temes, i Catalunya n’és un. Ho trobo molt pèssim per a la qualitat periodística espanyola”, explica Minder. “Escriuen totalment diferent”, resumeix Helen Zuber, corresponental de l’alemany *Der Spiegel*. “Els mitjans de Barcelona i Madrid estan donant una cobertura diferent a la situació política catalana. No em sorpren gens. Com tampoc em sorprèn que els més propers al PP informin des d’un angle diferent a la resta”, afirma Fiona Ortiz, corresponental en cap de Reuters a Espanya.

En el que ja no coincideixen els corresponents consultats, és amb la crítica del fet que es miren el conflicte des d’un punt de vista madrileny. “No comparteixo aquesta idea. Catalunya té una obsessió per veure enemics pertot arreu”, explica Andrea Nicastro, corresponental del *Corriere della Sera*. En canvi, Lisa Abend, corresponental del *Time*, és més reflexiva: “Informar des de Madrid no significa adoptar el punt de vista de la capital. Desgraciadament, els mitjans no sempre disposen de recursos



Els mitjans internacionals han viscut en els darrers anys un canvi d'actitud cap al fet català, un aspecte que ja es va poder veure en la passada Diada.

per enviar els corresponents al terreny, i encara menys en temps de crisi". Per la seva part, Zuber fa autocrítica: "Si el criteri sembla el de Madrid, potser té a veure amb el fet que, definitivament, no utilitzem unes ulleres catalanes". "Es una crítica interessant.—afegeix Fiona Ortiz des de les oficines de Reuters— És cert que alguns corresponents han de lluitar per trobar temps per informar des de les diferents regions. Aquests dies, per exemple, hi ha hagut moltes notícies a Madrid i tenim limitacions de personal. Malgrat tot, s'han donat molts exemples de cobertures informatives de mitjans estrangers que han estat força favorables al punt de vista separatista. Per tant, pel que sembla, quan els corresponents poden anar a Catalunya recullen fàcilment un altre punt de vista".

La unanimitat torna al negar categòricament haver rebut instruccions o pressions del Govern espanyol per informar d'una manera determinada. "Des de Catalunya, s'exagera bastant la idea del temps que es pren la Moncloa per influir als corresponents sobre el tema català. Mai ningú del Govern espanyol m'ha escrit res sobre

"QUAN ELS CORRESPONSALS PODEN ANAR A CATALUNYA RECULLEN FÀCILMENT UN ALTRE PUNT DE VISTA" FIONA ORTIZ, REUTERS

aquest tema", assegura Minder. Per la seva banda, Ortiz també nega pressions de cap tipus i, posats a comparar, destaca "el sofisticat equip de premsa en anglès de la Generalitat que fa molts esforços per

donar el seu punt de vista. La Moncloa hauria d'aprendre la lliçó".

INTERÈS MEDIÀTIC

A l'hora de valorar si els seus conciutadans entenen les demandes catalanes, les respostes són de tot tipus. "No entenen la complexitat de totes les implicacions, però sí les raons principals", assegura Nicastro. Raphel Minder apunta en el mateix sentit: "A

un cert nivell, el tema català és bastant senzill, i en un altre és més complicat. Als Estats Units, el tema de l'Estatut i del pacte fiscal es pot veure com un aspecte més domèstic, mentre que la indepen-

dència és més fàcil d'explicar als que segueixen Europa des de fa temps". En canvi, la també nord-americana Abend és molt menys condescendent amb els seus lectors. "No s'entén perquè els catalans volen la independència. Desgraciadament, els nord-americans no s'interessen gaire per les notícies estrangeres, i menys encara per un tema com aquest, que els sembla complicat".

Per la seva part, Zuber confirma la percepció que també tenen al Col·lectiu Emma, és a dir, que al centre d'Europa ho redueixen tot a un aspecte monetari. "No crec que a Alemanya s'entengui. Si Espanya es queixa de la manca de solidaritat alemanya per fer-se responsable del deute espanyol, llavors encara s'entén menys que els catalans no vulguin mantenir la solidaritat amb Andalusia o Extremadura", afirma.

Malgrat aquest desconeixement general, els seus mitjans segueixen demanant-los informacions sobre Catalunya. El debat s'ha internacionalitzat. Tots ho tenen ben clar. "Catalunya ara està en l'agenda política europea més que abans i per això està en els mitjans", afirma Nicastro. "Em demanen més coses que abans", admet Zuber. "Aquest interès ha agafat per sorpresa els mitjans de comunicació espanyols i internacionals. Però la majoria de catalans també estan sorpresos per aquest ressò informatiu", explica Ortiz, qui confirma que Reuters ha sumat un periodista al productor de televisió i als fotògrafs que ja tenia fixes a Barcelona.

Un punt de vist ben diferent al dels corresponsals de Madrid és el d'Alex Rietman, periodista holandès que treballa per a mitjans del seu país i de Bèlgica. Rietman va viure a Madrid i actualment resideix a Barcelona. "La diferència entre la cobertura dels mitjans catalans i els de Madrid és molt gran. Tot el que escoltes

UNA MIRADA EXTERNA

Els mitjans de comunicació internacionals tenen un paper important, encara que difícil, en el debat obert entorn la sobirania de Catalunya i la possibilitat d'un referèndum per la independència. A la BBC, hem de cobrir-ho per a una àmplia gamma d'audiències, així que la nostra feina encara es complica més. I és que cal una gran quantitat de material quan s'emet per als diferents punts de venda internacionals de què disposem, com és el cas de BBC World TV, BBC World Service Radio i *Bbc.com*.

Tot i que molts catalans puguin trobar polèmica l'afirmació següent, no es pot donar mai per fet que la gent sap on es troba Catalunya. Per exemple, l'altra nit una dona de negocis britànica admetia desconèixer que Barcelona era la capital de Catalunya. El més sorprenent de tot era que quan va fer aquest comentari es trobava en un bar de Barcelona. Per tant, si algunes persones a Europa no ho saben, hem d'assumir que, amb tota seguretat, encara ho sabran menys a l'Àsia o a l'Àfrica. Per tant, el repte a l'hora de cobrir aquesta història es fa encara més gran quan els diferents angles polítics i econòmics no són clars, com es va poder veure a les eleccions del 25 de novembre.

Hem d'explicar tant la complexitat de la política catalana com la relació, cada cop més complicada, d'aquesta amb el govern de Madrid, així com la crisi econòmica a la regió i en el conjunt del país, i com afecta el debat de la independència. I, a més, hi ha el tema de l'actual i futura relació amb Europa.

Quan es tracta d'audiències nacionals de ràdio, televisió i en línia, a la BBC també hem d'explicar les coses lleugerament diferents. El nostre públic del Regne Unit és, en certa mesura, més entès pel que fa a la comprensió de la història i a les seves expectatives de la nostra cobertura. Amb tota seguretat, podem assumir



que la gran majoria de l'audiència de Ràdio 4 (la més intel·lectual de la BBC en la cobertura de notícies de ràdio) coneix alguna cosa de Catalunya, mentre que quan ens dirigim a altres zones del món on arribem hem d'explicar més coses. A vegades, pot ajudar referir-se al paral·lelisme existent de la relació entre Gran Bretanya amb Escòcia i la celebració del proper referèndum.

El repte més gran es presenta quan s'han d'equilibrar les complexitats del que, en certa mesura, segueix sent una història regional/nacional a un públic de fora de Catalunya i d'Espanya i havent d'explicar la història de manera apropiada per al públic al qual ens dirigim. No ens ha de passar per alt cap detall important, ni hem de quedar-nos atrapats en les complexitats de la política catalana. Perquè qualsevol de les dues coses faria que una part de la nostra audiència desconnectés de la informació. D'altra banda, la poca quantitat de temps de què disposem per a aquestes històries en els butlletins, tant de ràdio com de televisió, fan el nostre treball encara més difícil.

És important, però, destacar que el que està passant a Catalunya cada vegada té més cobertura internacional degut al moment de crisi econòmica. I per a la gran majoria dels que miren i escolten la BBC, això explica l'interès en la història. Per suposat, també hi ha molts catalans i ciutadans d'altres parts d'Espanya que ens segueixen ja sigui en línia o a través de les xarxes socials.

Però és important que seguim observant i explicant el que passa, com el que som; uns externs que observen els esdeveniments a dins del país. Malgrat tot, no cal dir que per fer bé la nostra feina hem de viure al país i viatjar per Catalunya tant com sigui possible.

Tom Burridge

Corresponsal de la BBC a Espanya

i llegeixes sobre Catalunya a Madrid està filtrat per la seva premsa. Hi ha cinc diaris i quatre són de dretes i molt anticatalans i antibascos. Les actituds i els comentaris de la gent d'allà no tenen res a veure amb el que es viu aquí. Un exemple és la llengua. Allà diuen que es persegueix el castellà, un mite que no és real", afirma amb contundència.

Quan es parla del punt de vista dels corresponsals de Madrid, Rietman també és expeditiu: "Que coi saben els corresponsals sobre el sistema educatiu del país? Aquestes coses no les coneixes si no vius aquí", afirma. Finalment, llança una crítica a l'opinió pública i als mitjans de la capital d'Espanya. "Quan ets a Catalunya –prossegueix– ets conscient

del que diuen des de Madrid, per contra, ells no tenen la informació del que es diu des de Catalunya".

INTERNACIONALITZACIÓ

Ja sigui explicant-ho des de Barcelona com des de Madrid, el cert és que el pols Catalunya-Espanya ha sortit, informativament parlant, de les fronteres espanyoles, un pas necessari per a la internacionalització política del conflicte que demanava Artur Mas a mitjan octubre si el Govern espanyol no permet la consulta per al referèndum.

Pocs dies abans de les declaracions de Mas, la Generalitat anunciava que obria una oficina que s'encarregaria de la relació

amb la premsa estrangera. Aquesta portaria el nom d'Eugeni Xammar, el periodista català que va treballar de diplomàtic per tot el món. Un altre periodista amb experiència internacional, Martí Estruch –exdelegat de la Generalitat a Alemanya– n'és el director.

Feia temps que des del Govern català es parlava de la necessitat de crear un organisme d'aquest tipus. Finalment, a l'estiu van contactar amb Estruch. El debat del dèficit fiscal ja havia aixecat interès entre la premsa econòmica i la manifestació de la Diada va fer vessar el got. Calia centralitzar les demandes de la premsa estrangera, ordenar el discurs de l'Executiu i adaptar-lo als diferents destinataris, entre altres coses.



UN CANVI D'ACTITUD

Durant molt temps s'acumularen les queixes pel poc coneixement que els corresponsals estrangers mostraven sobre la realitat de Catalunya. En els darrers mesos, hi ha hagut nombroses informacions que defensen els arguments sobiranistes, una actitud inèdita fins fa pocs anys. Aquí en recollim alguns exemples:

"Espanya hauria de seguir l'exemple del Regne Unit i garantir als catalans el dret de celebrar un referèndum d'independència i conduir una secessió legal i ordenada, si així ho volen".

Editorial de l'agència de notícies Bloomberg, 16 d'octubre.

"Les eleccions (...) a la pràctica equivaldran a un referèndum sobre la independència, han obert el camí de la secessió de Catalunya i poden donar una empenta als separatistes bascos. Amb Espanya atrapada en la crisi de l'Eurozona, la ruptura de l'Estat plurinacional que va reemplaçar el centralisme franquista és una possibilitat molt real".

Financial Times, 28 de setembre.

"Molts catalans diuen que reben poc del riu de diners d'impostos que envien anualment a Madrid. La solució, diuen, és la independència".

USA Today, 29 de setembre.



"A mesura que l'economia d'Espanya continua estancada i les taxes d'atur continuen sent molt altes, més catalans es pregunten si estarien millor pel seu compte".

Al-Jazira, 30 de setembre.

"L'extrema dreta espanyola ha trobat un nou terreny de joc: la manifestació contra la independència de Catalunya. Aquesta manifestació no és pròpiament d'extrema dreta, però els seus grupuscles, que estan dividits, aprofiten aquesta ocasió per fer-se veure. També Plataforma per Catalunya hi participa, així com La Falange".

Le Monde, 13 d'octubre.

"S'equivoca greument qui cregui que la Unió Europea ajudarà a aniquilar els catalans (...). Les últimes declaracions del ministre d'Afers Exteriors, José Manuel García-Margallo, són indignants. El que no entenen ni Madrid ni el ministre és que ells ja no tenen la paella pel mànec".

The Daily Telegraph, 14 d'octubre.

"Els catalans han donat els vots als nacionalistes i als independentistes (...). Les raons d'aquest augment independentista són nombroses, però es tracta sobretot de posar fi al que a Barcelona es considera com una injustícia fiscal".

Canal 24 hores, BFMTV, 25 de novembre.



Tres portades de mitjans internacionals –dues de diaris impresos i una on-line– que es van fer ressò de la Diada.

Una de les primeres coses que Estruch va fer en incorporar-se al càrrec va ser trobar-se amb la gent del Col·lectiu Emma, amb qui té bona química i amb

"SI EL NOSTRE CRITERI SEMBLA EL DE MADRID, POTSER TÉ A VEURE AMB EL FET QUE NO UTILITZEM UNES ULLERES CATALANES" HELEN ZUBER, DER SPIEGEL

qui reconeix que s'han de coordinar per complementar els esforços. "Una cosa no substitueix l'altra", aclareix. També col·laboraran amb la gent de Help Catalonia, un col·lectiu que en el seu web en anglès "denuncia la guerra silenciosa que Espanya està portant a terme contra Catalunya".

Estruch comparteix l'opinió que a la societat alemanya li costa d'entendre les aspiracions catalanes. "Ens veuen com uns insolidaris que no volen pagar impostos", afirma, tot i que admet que "quan els aportes dades ho entenen". La visita, a final d'octubre, de quatre periodistes econòmics d'Alemanya, Xile i Regne Unit que van trobar-se amb Andreu Mas-Colell i amb acadèmics va provocar que el *Frankfurter Allgemeine* un diumenge publicàs un article de quatre pàgines en què, segons Estruch, "informava de

Catalunya de manera molt diferent al que estaven acostumats". Alemanya, admet, és clau en el context europeu i per això volen bolcar-s'hi més que en altres llocs. Això explica l'elecció d'Estruch. Necessitaven algú que pogués parlar de tu a tu amb els alemanys.

En canvi, Estruch coincideix amb el Col·lectiu Emma en què la mirada del món anglosaxó és molt més propera a les demandes catalanes. I més des del canvi del *Financial Times*, que segons el director

"TOT EL QUE ESCOLTES I LLEGEIXES SOBRE CATALUNYA A MADRID ESTÀ FILTRAT PER LA SEVA PREMSA" ALEX RIETMAN, DE TIJD

de l'oficina Eugeni Xammar, "ha passat del desconeixement i l'escepticisme a una posició de molta comprensió pel procés". Tot i la proximitat dels mitjans anglosaxons, des d'aquesta oficina seguiran de ben a prop aquest mitjans, conscients que són un gran altaveu i que són molt llegits. D'altra banda, també dedicaran esforços a alguns països europeus importants com França o Itàlia.

"El nostre gran inconvenient és el desconeixement de la realitat", afirma. "Els corresponsals –prosegueix– s'ho miren des de Madrid i fins no fa gaire era una mirada superficial i basada en tòpics". Per això des d'aquesta oficina adapten i tradueixen (a l'anglès, al francès i a l'alemany) les notes de premsa, atenen les peticions dels mitjans, programen les visites dels periodistes, coordinen les delegacions a l'estranger i tenen la intenció de treballar fort amb les xarxes socials. No tan sols estan en contacte amb un centenar de periodistes estrangers, sinó que també volen detectar i treballar amb els creadors d'opinió de cada país.

Estruch admet que "acabar els tòpics costa molt" i que és difícil transmetre a persones que viuen en altres països molts

dels sentiments de greuge que els catalans senten respecte de les diferents actuacions del Govern central. Encara que, en els darrers mesos, també s'ha avançat molt en aquest sentit. Martí Estruch ho té clar: "Actualment, Catalunya viu a l'imaginari col·lectiu europeu perquè abans tan sols es parlava del Barça i de Gaudí. Però, des de la Diada, el focus s'ha encès. Des de llavors, ens miren". Ç

PERIODISME PER EMPORTAR

Els telèfons intel·ligents i les tauletes tàctils repton
els professionals de la informació a trobar noves narratives

TEXT NEREIDA CARRILLO
IL·LUSTRACIÓ FRANCESCO CUSUMANO

Gairebé tots en tenim un. A la butxaca, a la bossa, a la tauleta de nit. Els dispositius mòbils –els telèfons intel·ligents i les tauletes tàctils– ens acompanyen arreu i cada vegada els utilitzem més. Les vendes creixen en plena crisi: Apple ha venut en el primer semestre de l'any més iPads que ordinadors i portàtils junts. A més d'eines per comunicar-nos, treballar i divertir-nos, diversos estudis situen els dispositius mòbils com a plataformes clau per a la informació, fins al punt que la BBC assegura que una tercera part dels seus usuaris en línia provenen dels mòbils i les tauletes.

Hi ha veus que pronostiquen que en tres anys tots els mitjans pujaran al tren dels continguts per a telèfons intel·ligents i tauletes. Per als més optimistes, això representa una escletxa que deixa veure la llum al final del túnel per als periodistes. De què depèn que aquesta escletxa s'acabi obrint o no? En bona part, de trobar un bon model de negoci i una narrativa punyent d'un periodisme “per emportar”.

La història es repeteix, també en el cas dels mòbils i les tauletes. Els primers passos de l'escriptura web van anar marcats per la influència de la premsa escrita. I, ara, segons explica Ramón Salaverría, investigador en mitjans digitals i cap de projectes periodístics de la Facultat

de Comunicació de la Universitat de Navarra, els mòbils imiten el Web. Amb les revistes passa el mateix: la versió per a iPad es limita de vegades a un PDF que copia al mil·límetre el que s'ofereix amb cel·lulosa.

Els experts, però, no recomanen la imitació sinó crear noves narratives. “L'adaptació mai és bona”, explica Ana Ormaechea, exeditora en cap de la versió per a iPad del *Muy Interesante* i que actualment, des de Tablet Army, assessora mitjans sobre continguts per a tauletes. Precisament, crear un producte específic és el que van fer els professionals impulsors d'*Esguard*, la primera revista catalana nadiua per a iPad.

L'*Esguard* va néixer en la data simbòlica del passat 11 de setembre, és una publicació setmanal i gratuïta i en dues setmanes va aconseguir 3.000 subscriptors. El

AL PRINCIPI, EL WEB ESTAVA INFLUÏT
PER LA PREMSA ESCRITA. ARA, EN CANVI,
SÓN ELS MÒBILS EL QUE IMITEN EL WEB

periodista Germà Capdevila, impulsor del projecte, explica l'embrió: “Va començar fa dos anys en sopars de col·legues, entre gintònics. Vam tenir una visió: potser això

del món digital, que tots creiem que ens mata, al contrari, ens dona eines per fer contingut.” I s'hi van llançar.

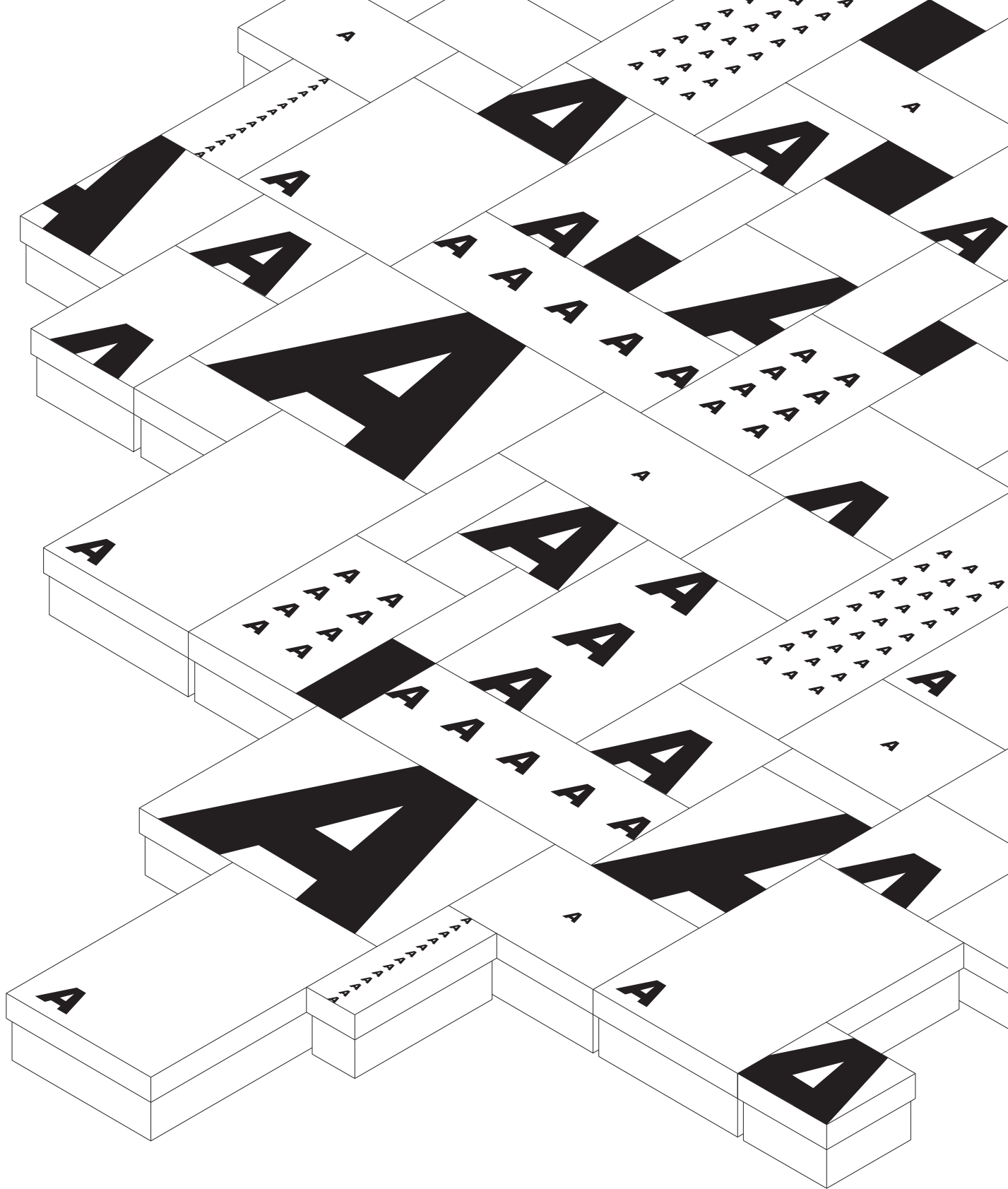
A l'*Esguard* s'obliden del paper i, en canvi, utilitzen eines interactives. Ho fan gràcies a l'assessorament de Roger Black, un reconegut dissenyador per a iPad que els ha acompanyat en la creació de la revista. Ormaechea també advoca per les narratives específiques i lamenta que avui dia només s'empri una petita part de les possibilitats que ofereixen les tauletes. En aquesta cerca de noves narratives, què ens ha d'inspirar?

DIGUES-ME COM EM LLEEIXES...

...i t'aconsellaré com escriure. Per a Salaverría, tres característiques dels dispositius mòbils condicionen les noves maneres d'escriure periodísticament. Són la nova

forma d'interacció –no hi ha teclat sinó interfícies de pantalla–, les dimensions –són més petits i la informació s'ha d'adaptar a aquest

espai– i la portabilitat –ens els duem a tot arreu i els consumim a qualsevol racó. Malgrat aquests trets comuns, hi ha molts factors que diferencien els mòbils i les



tauletes. I, per tant, també hi ha molts factors que marquen la necessitat d'una narrativa diferent.

El mòbil és un “ompleforats”, assegura Ormaechea. El portem a sobre les vint-i-quatre hores i el fem servir en estones mortes: al tren, mentre esperem, en un descans del treball o mentre bull el sopar. Això determina l'escriptura.

ELS EXPERTS NO RECOMANEN LA IMITACIÓ. CALEN NARRATIVES ESPECÍFIQUES ADAPTADES A CADA MITJÀ

Els textos han de ser breus, anar al gra i donar-nos informació urgent. Pel que fa a les fotografies, Salaverria apunta que “els mòbils permeten recuperar els estàndards verticals del paper”. I afegeix que cal que aquestes imatges siguin de plans curts amb pocs colors i contrastos mínims. El contingut dels diaris a les aplicacions per a mòbils es presenta normalment a una columna, amb un titular curt i una foto petita, encara que els textos després del clic són igual de llargs que al Web. Salaverria reflexiona sobre la geolocalització i creu que podria marcar el criteri periodístic: podríem trobar un rànquing de “les notícies més llegides per les

persones que es troben en un radi de cinc quilòmetres al meu voltant”.

EL REPÒS DE LES TAULETES

En el cas de les tauletes tot això és diferent. Les llegim en moments de relaxació, busquem més la notícia aprofundida i no tant la urgència. I ens inclinem per les formes literàries i visuals. “Les tauletes s'estan utilitzant com a dispositiu de lectura al final del dia, estan substituint el llibre de la tauleta de nit. Això condiciona que tinguin un tractament més reposat, més analític, més literari.”

Les tauletes es llegeixen sobretot entre les set de la tarda i les onze de la nit, sovint actuen de segona pantalla i comparteixen la nostra atenció amb la televisió. Aquesta atenció parcial també ha de ser conside-

LA INTERACCIÓ, LES DIMENSIONS I LA PORTABILITAT CONDICIONEN LA MANERA D'ESCRUIRE EN ELS DISPOSITIUS MÒBILS

rada a l'hora d'escriure periodísticament per un dispositiu que té com a usuari majoritari una persona d'entre vint-i-cinc

i trenta-quatre anys que visualitza divuit elements de mitjana abans d'aturar-s'hi. És el que Capdevila anomena “comportament de zàping”. “A les tauletes –comenta Capdevila– el que tu ofereixes al lector ha de respondre a aquest comportament de zàping. Hem d'entendre que això és una plataforma diferent. No és premsa, no és ràdio, no és televisió, no és Web i és de tot una mica.” Per a l'impulsor de l'*Esguard*, a les tauletes, la clau són els minuts de lectura. “La lectura total de la revista ha de ser d'entre quinze i vint minuts, els articles han de ser curts. No t'has de marejar amb animacions perquè no costi molt de descarregar. I ha de respirar. El llenguatge ha de ser fresc i desimbolt”, explica Capdevila.

Precisament, la dificultat de descàrrega i altres problemes tècnics motiven la majoria de les crítiques dels usuaris que podem llegir als entorns de compra o

descàrrega. Això desagrada, però què és el que més agrada? Segons un estudi de Poynter, un 61% dels usuaris de tauletes toquen constantment

la pantalla. Aquesta manera de llegir, que Salaverria anomena “tactoelectura”, abona l'ús dels gràfics interactius.

L'OPINIÓ DELS USUARIS

El *HuffPostLabs*, el laboratori per a la innovació del *Huffington Post*, es va estrenar aquest estiu amb el projecte *Highlights*, una iniciativa que recopila les frases més subratllades i compartides pels usuaris. Germà Capdevila creu que l'opinió dels usuaris ha de servir d'orientació als periodistes, mentre Ramón Salaverria considera que no els influeix: “Les xarxes socials han propiciat que es llegeixi la informació en un lloc i es comenti en un altre. I aquesta desvinculació de l'entorn de la publicació i el del comentari serà més gran en els mòbils.”



TRES NARRATIVES DIFERENTS

“Storm Gains Strength as it Churns North”. El mateix titular es pot llegir en les versions per a web, mòbil i tauletes del *New York Times*. “Hurricane Sandy grew stronger (...)”. El text de la notícia sobre l'arribada de l'huracà Sandy a la costa est dels EUA s'inicia i acaba igual en els tres casos. Les diferències es perceben en elements visuals i complementaris. A l'iPad, trobem galeria de fotos i text a dues columnes. Al mòbil, galeria de fotos i text a una columna. El text, però, no s'ha adaptat i és igual de llarg que al web, on a diferència de l'iPad i el mòbil, la notícia s'obre amb una foto, incorpora enllaços i ens remet a altres elements amb crides a l'esquerra: cobertura minut a minut, mapa interactiu... Veiem que els mòbils i les tauletes encara es debaten entre la imitació al web i les narratives específiques. Tot i això, queda clar que hi ha una història i diverses maneres d'explicar-la.



Un exemple de la mateixa notícia en tres suports.

La cofundadora de Tablet Army pronostica que l'efervescència del tocar passarà aviat, mentre que Capdevila aposta per una racionalització. Alguns d'aquests elements interactius, però, s'activen sols. Per exemple, la revista *Esquire*—en què a nivell gràfic s'inspira *Esguard*—, va rodar al setembre la primera portada exclusiva per a iPad, una portada animada en què l'actor Viggo Mortensen llança les lletres de la capçalera. Mentre busquem les millors narratives, ens preguntem: hi ha mercat?

UN NOU MODEL DE NEGOCI

Per a Salaverría, els dispositius mòbils seran essencials per redefinir el model de negoci periodístic: “En els pròxims dos anys, els grans mitjans nacionals d'Europa començaran a retallar el volum d'informació gratuïta al Web i desenvoluparan serveis en mòbils amb models de pagament.” Hi coincideix Germà Capdevila quan diu que “a l'iPad estem disposats a pagar. Poc, però paguem pels

continguts”. Mentre aquest és l'horitzó, la realitat d'ara és una altra: segons un estudi de la consultora Gartner, nou de cada deu aplicacions que es descarreguen avui són gratuïtes.

Hi ha dades que conviden a l'optimisme: si al quiosc compràvem un diari, als dispositius mòbils en llegim molts més. Segons Poynter, un 31% dels usuaris de tauletes admeten que van a noves fonts per obtenir notícies. I això pot pujar si en els propers anys baixen els preus de les tauletes i la inversió per fer possible un projecte periodístic és manté relativament baixa. Ormaechea xifra en 4.200 euros a l'any la despesa per fer una adaptació bàsica per a iPad, mentre que l'*Esguard* s'ha posat en marxa amb un únic patrocinador. “El que és fascinant és que el cost del fracàs és pràcticament zero. Això et dona molts ànims per atrevir-te”, comenta Germà Capdevila. I conclou: “El que preval és la qualitat dels continguts. Ens hem pogut treure de sobre condicionants industrials

de la nostra professió i ara podem fer el que ens agrada sense dependre de ningú. Fem el que sempre hem volgut fer. Si ens dona per viure, això ja no ho sabria dir. Potser d'aquí a tres anys”. Ç

Més informació a:

Com llegim a les tauletes?

<http://www.poynter.org/how-tos/newsgathering-storytelling/visual-voice/191875/new-poynter-eyetrack-research-reveals-how-people-read-news-on-tablets/>

Com ens informem?

<http://features.journalism.org/2012/09/30/the-future-of-mobile-news-a-pej-infographic/>
L'Esguard, la revista catalana per a iPad:
<https://itunes.apple.com/es/app/esguard/id554622135?mt=8>

+ info

PROLÍFIC, CURIÓS I CLARIVIDENT

El centenari del naixement d'en *Tísner* permet recordar
el conjunt de la seva obra periodística

TEXT **JORDI BENAVENTE**
FOTOS **FAMÍLIA ARTÍS-GENER**



Fem un exercici d'història-ficció i arranquem amb una escena apòcrifa en què el Tísner dels darrers temps va a buscar feina. Ignorant qui té al davant, el noiет responsable de selecció de personal i encarregat d'entrevistar-lo li pregunta alguna cosa així com ara: “Perquè vostè, què sap fer? Quina experiència laboral pot acreditar?”. El Mestre se'l queda mirant, amb mig somriure, el pegat a l'ull i el seu posat sorneguer i entranyable, i respon: “Vols tota la llista?”.

Per descriure *Tísner*, personatge cabdal del país, nascut l'any que va enfonsar-se el *Titànic* i traspassat en el tombant del mil·lenni, ens faltarien etiquetes. El doll de creativitat de l'Avel·lí Artís-Gener (Barcelona, 1912-2000) va trobar “diversos llenguatges expressius: literatura, pintura, periodisme, escenografia, caricatura, il·lustració, guionatge, traducció, publicitat, ràdio, mots encreuats, televisió...”, enumera Laura Borràs, professora de Literatura a la Universitat de Barcelona i comissària de l'Any Sales, Calders, *Tísner*, celebrat enguany, amb motiu dels cent anys del naixement dels tres personatges.

Artís-Gener era “la suma de totes les facetes”, afegeix en Jaume Capdevila, *Kap*, dibuixant i divulgador, sobretot, de la figura del *Tísner* ninotaire. El seu tret distintiu, assegura, “no era la capacitat creativa (que en tenia), ni el talent gràfic o literari (que en tenia), sinó la immensa curiositat que va dur-lo a explorar totes aquestes facetes. El tastaolletes impenitent, l'home que mirava amb ulls de nen, aquest era el veritable Avel·lí Artís-Gener”.

No ens ha d'estranyar que el mateix escriptor assegurés que sempre havia “treballat com un lladre”, com recullen els periodistes David Escamilla i Jordi Finestres

Però anem als orígens i comencem pel principi: Barcelona, any 1928.

ELS PRIMERS "NINOTS"

Amb l'exemple del pare, Avel·lí Artís i Balaguer, que era periodista, editor i dramaturg, l'Avel·lí Artís-Gener comença jove una polifacètica carrera. Amb setze anys publica “ninots” al setmanari *Papitu*, caricatures que, al principi, ni signa ni cobra i que les tira per sota la porta de la redacció. “Dibuixant no era excepcional, però tenia una gràcia innata per trobar el punt absurd a la realitat i riure's del mort i de qui el vetlla”, diu *Kap*.

Fixant-se en els humoristes més moderns, crea un estil particular que esdevé imprescindible, i en pocs anys ja publica a les capçaleres més importants de l'època (les revistes *Papitu*, *El Be Negre* i *L'Esquella de la Torratxa*, a més dels diaris *La Publicitat* i *L'Opinió*) amb els pseudònims *Filis*, *Caram* o *Baliga*. Fins que es decideix per *Tísner*, resultat d'unir la terminació dels seus cognoms; denominació que l'acompanyaria per tota la vida, més enllà de les vinyetes.

Incansable i pluriempleat, *Tísner* combina de seguida l'humor gràfic amb la redacció d'articles i la creació de revistes.

El 1930, col·labora en el naixement del setmanari clandestí *Bandera*, sorgit durant la *Dictablanda* de

Primo de Rivera. L'any 1932, escriu al *Diari Mercantil*, al costat, entre altres, dels mateixos Joan Sales i Pere Calders. I, el 1934, el trobem dibuixant a *El Be Negre*, tot un referent satíric del país, alhora

que també treballa com a redactor a *La Rambla*, *La Publicitat* i *L'Opinió*.

A *L'Opinió*, no només cobreix la informació del Palau de Justícia, també dibuixa els processats. “El fet que el mateix periodista pogués fer la crònica judicial i dibuixar el que passava a la sala era una bicoca per al mitjà, i en això era únic”, explica *Kap*.

El compromís amb l'ofici d'informar va dur-lo a denunciar els excessos del pistolisme urbà quan, l'abril de 1936, integrants de la FAI van assassinar els germans Josep i Miquel Badia, d'Estat Català. Ell, per *La Rambla*, i el seu amic i director d'*El Be Negre*, Josep Maria Planes, per *La Publicitat*, van investigar i relatar el succés. A Planes li costaria la vida, a l'agost; Artís-Gener va decidir fugir a França. El que estava sent un inici de carrera fulgurant, va veure's truncat per aquests fets tràgics i, tot seguit, per l'esclat de la Guerra Civil espanyola.

LA GUERRA I L'EXILI

“Era un home implicadíssim amb el seu temps. La seva vida va estar marcada pel compromís amb un país, més que no pas amb una ideologia. ‘Sóc nacionalista a ultrança. Estimo Catalunya fins a la tendresa més infinita’, va afirmar”, diu Borràs. Així que, incapaç de viure el conflicte des de la distància, el periodista torna i s'enrola voluntari a les files republicanes.

“Militar antimilitarista”, segons Escamilla i Finestres, però conscient que aquella era “l'única via per defensar Catalunya i la República”, *Tísner* comença de soldat ras i arriba a tinent coronel. I tot sense aban-

DE JOVE COMBINA L'HUMOR GRÀFIC AMB LA REDACCIÓ D'ARTICLES I LA CREACIÓ DE REVISTES

a *L'univers Tísner* (Angle Editorial, 2001). Per a ell, els dies semblaven tenir setanta-dues hores... No parava mai. “Era un peix que s'engrescava la cua” recorda Maria-Antònia Oliver al pròleg del mateix llibre.



Tísner –a la imatge amb ulleres fosques– el desembre de 1977 durant el comiat de *Tele/eXprés*, amb la resta de companys d'aquest mitjà.

donar ni la màquina d'escriure ni el llapis en tota la guerra: incombustible, dibuixa i escriu a *Meridià*, *Amic i Vèncer!*, premsa de trinxera de més o menys volada.

Amb la caiguda de Barcelona a mans dels Nationals, se'n va a França, on ingressa al camp de concentració de Prats de Molló. Aconsegueix evadir-se'n al cap de poques setmanes i, venent caricatures pels cafès del poble, es paga un bitllet de tren a

enfortint la colònia catalana a l'exili ("que es vol provisional, però que la guerra freda va convertir en exili de llarga durada", escriu Julià Guillamon, a *Narrativa catalana a l'exili*).

ESCRITURA, TRAMA I INTENCIÓ

A Mèxic, s'acaba de forjar la llegenda del creador tot terreny, que salta de la crònica periodística a la novel·la, el guió o la publicitat, sense solució de continuïtat, perquè tot sorgeix de la mateixa pasta. "Parlem del món

de les idees", afirmava el guionista Joan Tharrats en el col·loqui "Tots els Tísner", organitzat aquest estiu a la seu del Col·legi de Periodistes. "Per consuetudinària que sigui la feina de periodista, és la de creador literari (...) El periodisme és la vetlla d'armes literàries", havia dit l'escriptor.

Lluny del seu país, Tísner escriu 556 *Brigada Mixta*, novel·la que narra i desmitifica les peripècies d'un soldat anònim, a la Guerra Civil; i també concep *Paraules d'Opòton el Vell*, amb què parodia el Descobriment del Nou Món, capgirant la història coneguda i fent que siguin els americans els que descobreixen el Vell Continent. Dues novel·les cabdals d'una extensa bibliografia, juntament amb els quatre volums de les monumentals memòries, *Viure i Veure*, que publicaria més tard.

"D'històries n'hi ha moltes, l'important és com les expliques, la trama, i Tísner era un gran tramador (...) Tota l'obra té una gran intencionalitat. Gamberrisme en el bon sentit, mala llet", va dir Tharrats. "Tísner venerava la paraula", afegia el periodista i amic seu Lluís Quinquer, en el mateix col·loqui. Estimava el mot i la llengua, i no podia deixar d'esmlar-ne el significat, de

ELL I JOSEP MARIA PLANES DENUNCIAREN ELS EXCESSOS DE LA FAI. A PLANES EL VAN MATAR

Tolosa de Llenguadoc; des d'allà, viatja amb la família a Mèxic, país que l'acollirà durant vint-i-sis anys.

Allà es casa, té fills; treballa fent publicitat, d'escenògraf al cinema, ajudant a crear el Canal 4 de televisió, editant revistes i

TÍSNER I EL PERIODISME D'ESTAR PER CASA

Des de CAPÇALERA m'han demanat que escrigués quatre ratlles sobre el *Tísner*, periodista vist de casa seva. M'ha vingut al cap la immediata i irreflexiva imatge del pare llegint el diari a casa o demanant que algú que hi veiés bé l'hi llegís quan gairebé ja no hi veia. Meticulós com era, cada dia seguia un estricte ordre en la lectura: començava per les cartes dels lectors, les columnes d'opinió, els titulars i les entradetes de la secció de política, i prou. Era un plaer poder ser al costat seu quan llegia la premsa, o encara millor ser-ne el lector, perquè de cada lectura en feia una anàlisi i crítica alligonaadores. Dedueixo que era un periodista a qui interessava l'opinió de tothom sobre el que fos, és a dir, que confirmava que tenia un autèntica dèria per la comunicació, que era un maniàtic de la paraula, un *verbívor* (gràcies pel mot, Màrius) golafre. Parlava amb veritable passió del periodisme i dels periodistes, tots, absolutament tots amics, malgrat la diferència d'idees i d'edat. De la feina valenta i compromesa que va fer en aquesta professió, i que se li ha reconegut una pila de cops, mai no en feia gala; probablement, la considerava un obligat acte de servei.

Raimon Artís

Fill d'Avel·lí Artís-Gener, *Tísner*



jugar-hi, sense oblidar que també era una arma i un tret d'identitat.

No és en va que li devem les expressions catalanes “mots encreuats”, pels passatemp que creava a *La Publicitat*, als anys 30, i “mots enreixats”, amb què imaginava per a *La Vanguardia* o *El País*, anys més tard. Com tampoc és casual que la Generalitat el “fitxés” a principi dels 80 per escriure el guió de la campanya per la normalització lingüística (*El Català, cosa de tots*), amb el famós personatge de la Norma. L'amor per Catalunya i la llengua el portarien fins i tot a traduir al català obres de Capote, Sillitoe, Yourcenar, García Márquez o Borges, entre altres.

A MÈXIC, ES FORJA LA LLEGENDA DEL CREADOR QUE SALTA DE LA CRÒNICA PERIODÍSTICA A LA NOVEL·LA, EL GUIÓ O LA PUBLICITAT

Els guions i la prosa, periodística o de ficció, tenen, segons Tharrats, “una simplicitat infantil, assequible, divertida i entenedora, que amaga una genial complexitat i un substrat que fa reflexionar i anar més enllà, pròpia dels contes curts”. La paraula i les idees, una vegada més; comunicar com qui conversa en un cafè. Amb un to pròxim però amb convicció. “El *Tísner* escriptor que més em fascina és el que m'acosta a la faceta de conversador, present en molts dels seus textos, és el més autèntic i vital”, confessa Borràs.

De Mèxic, torna a Barcelona el 1965 amb cinc baguls plens de llibres i poca cosa més... Un parent li ofereix coordinar el setmanari català d'informació general *Téle-estel*, i *Tísner* reprèn l'activitat. I la llista és interminable: maqueta i il·lustra una secció que ensenya català a *Téle/eXprés*; compagina i dibuixa ninots a la *Revista Barcelonista*; col·labora a *La Vanguardia* (els anys 70 fent de dibuixant; els 80 com a articulista i creador de mots encreuats, i els 90 des de la satírica secció dominical “El Burladero”); escriu a l'*Avui*, l'*Avenç*, *Serra d'Or*, *El Triangle*, *El Periódico de Catalunya*

o *Regió7*, entre altres; concep els textos humorístics “Ciris trencats”, a Catalunya Ràdio i intervé al programa “La Caixa Sàvia” de Televisió de Catalunya.

Un currículum desbocat i impressionant, com la creativitat i la capacitat de treball del mestre *Tísner*. Tan intel·ligent i clarivident, que el seu testament polític, el monòleg vital que va enregistrar el 1991 i que recullen Escamilla i Finestres a la biografia esmentada, sembla acabat d'escriure. I sembla apel·lar els joves d'avui, tota la societat catalana, quan diu: “El camí és dur, a vegades sembla que no mení enlloc, però tanmateix val la pena de transitar-lo. Perquè en el fons hi ha aques-

ta cosa meravellosa que és la llibertat de Catalunya, la plena, la sobirana llibertat de Catalunya (...) Fins i tot compensa, amb un escriu extraor-

dinari, tot allò que hàgim hagut de passar, totes aquestes piles de malvestats que omplen les nostres vides. Tant de bo que la lluita vostra sigui en plena consciència de futur. Eviteu divisions...”. Ç

Més informació a:

www.salescalderstisner.cat

Web amb les biografies i els actes commemoratius de Joan Sales, Pere Calders i *Tísner*, tots tres nascuts el 1912. També hi ha informació d'altres enllaços a la Xarxa amb informació dels autors.

L'univers Tísner (Angle Editorial, 2001), de David Escamilla i Jordi Finestres.

+ info

ELS JUNIORS I LA CRISI

Un centenar de periodistes joves es reuneixen al Parlament Europeu per debatre sobre la professió

Els dies 16, 17 i 18 d'octubre, va tenir lloc a Brussel·les la sisena edició de l'European Youth Media Days. Organitzades conjuntament per l'European Youth Press i el Parlament Europeu, aquestes són les jornades més importants que aborden les diferents problemàtiques dels joves periodistes al vell continent.

TEXT LAURA SAULA

Brussel·les, tres de la tarda. Més d'un centenar de joves periodistes provinents de tot Europa i els Balcans es van agrupar en un dels nombrosos i immensos vestíbuls del Parlament Europeu. Està a punt de començar la sisena edició de l'European Youth Media Days (EYMD), que enguany s'ha convocat sota el lema "Dividits resistirem?" (*Divided we stand?*) en què es parlarà sobre com els mitjans de comunicació poden explicar la crisi que pateix Europa i, a la vegada, com els joves periodistes poden sobreviure a aquests difícils moments que està vivint la professió. Els 111 participants, tots ells amb edats compreses entre divuit i trenta anys, han estat escollits pels membres de l'European Youth Press després d'un procés de selecció en el qual han hagut de presentar els seus millors reportatges.

Ara, tots ells vénen disposats a gaudir del privilegi d'entrar a les entranyes del

freelance". Ja siguin joves periodistes vinguts del nord d'Europa com de països llatins, les paraules *freelance* i *precarietat laboral* són dos termes que els uneixen i preocupen de la mateixa manera. "Vaig estar treballant dos anys en plantilla en un dels diaris més importants de Grècia i mai vaig cobrar res", es lamenta Thomas Karagiannis mentre connecta la seva tauleta a la sala de conferències.

"Aquesta crisi que estem vivint és molt més profunda que un simple problema econòmic, -assegura Kate Morton, supervisora de la Junta de l'European Youth Press, en la primera de les xerrades de les jornades- és una crisi sobre la història i els valors fundacionals amb què s'ha construït la UE, com la democràcia i la solidaritat". Des del principi, els ponents deixen clar que un dels objectius del congrés és veure com la nova generació de periodistes poden comunicar aquesta crisi i crear un nou tipus de mitjans que siguin útils a la societat. Ben aviat, però, sorgeix la primera incomoditat

a la sala quan Juana Lahousse-Juárez, directora general de Comunicació al Parlament Europeu, proclama que la nova generació de periodistes és bàsica

per difondre el missatge i els valors de la UE. De seguida, es fa un silenci tens entre els assistents, que poc després és alliberat en un sonor aplaudiment quan Theresa Küchler, periodista sueca i una de les ponents, exclama que els periodistes no han de ser instruments al servei de ningú, ni tan sols del Parlament Europeu. "I, de

ELS MÉS JOVES DE LA PROFESSIÓ

L'European Youth Press (EYP) és l'associació més important que representa els joves periodistes europeus. Amb més de cinquanta mil periodistes menors de trenta anys associats al llarg del continent, l'entitat publica l'*Orange Magazine* i organitza diferents conferències com l'European Youth Media Days (EYMD), que se celebra des del 2007 i que compta amb el suport del Parlament Europeu. L'objectiu conjunt és fer participar tots els joves periodistes del procés d'integració d'Europa. A Espanya, aquesta associació està representada mitjançant l'Associació de Premsa Juvenil, situada a Barcelona.

LA MAJORIA DELS PARTICIPANTS SÓN FREELANCE I ELS PREOCUPA LA PRECARIETAT LABORAL

Parlament Europeu i compartir coneixements amb nous companys de professió. "Sóc l'Anne, periodista freelance, d'Oslo", "jo sóc en Nicolae, de Bucarest, també



DIEGO ARGUEDAS ORTIZ, 22. HOLANDA. ESTUDIANT

"Actualment als periodistes se'ls demana que facin més, en menys temps i amb menys recursos"



ELISABETH SERGIADOU, 26 ANYS, GRÈCIA. SKY RADIO

"La simple transmissió de la informació no és suficient, hi ha molta necessitat de fer entendre el rerefons de tot el que està passant"



JOYCE C. TAYLOR, 29 ANYS. DINAMARCA. ESTUDIANT

"La crisi s'explica com si gent molt estudiada ho expliqués a les masses, però molta gent necessita maneres més simples per entendre aquesta problemàtica"



FELIX GAEDTKE, 28 ANYS, ALEMANYA. FREELANCE

"La manera més important d'explicar la crisi és connectar les decisions polítiques fetes a Brussel·les amb les persones"



NOVES PERSPECTIVES

Des del 2007, l'European Youth Press organitza la trobada de joves periodistes europeus. Enguany, hem celebrat la sisena edició i en farem més perquè creiem que aquestes jornades, curtes però intenses, contribueixen a millorar la qualitat del periodisme. Cal mencionar diferents impactes que s'aconsegueixen: 1. Els periodistes confronten la feina amb col·legues d'altres països, aportant-los una àmplia perspectiva internacional sobre determinades qüestions. Enguany, la crisi de l'euro. 2. Troben gent nova / amics amb qui després es poden connectar en xarxa (fent més fàcil l'intercanvi de notícies i d'informació a nivell internacional). 3. Hi ha més periodistes que treballen des d'una perspectiva europea i creen una espècie d'esfera pública europea. El tema de la crisi de l'euro va ser fins i tot més explícit en això perquè aborda la qüestió fonamental del futur de la UE, no només en la dimensió econòmica, sinó també en el context històric i sociològic. Quin és el futur dels periodistes europeus? Diem "europeu", ara bé, quants ens sentim realment europeus amb tot el que conté aquesta definició? Els periodistes estan en el seu context nacional (un fet comprensible i normal), però potser es donarà una tendència que introdueixi interessos des d'un nivell europeu.

Kate Morton

Supervisora de la Junta de l'European Youth Press.

fet, jo informo ara sobre la crisi igual que ho feia fa tres anys", sentència Küchler.

"L'incident entre Lahousse i Küchler ha representat una gran metàfora d'aquesta trobada, en què s'ha demostrat que els joves periodistes presents encara recorden el que vol dir l'objectivitat i el contrast de fonts, un fet que encara té més mèrit després de la situació de precarietat que estan vivint a la professió", comenta més tard Sebastian Olenyi, el coordinador principal de les jornades. "El nostre objectiu –prosegueix– és ajudar a crear un panorama de comunicació europeu que serveixi per informar els ciutadans i contribuir, així, a crear un continent unit".

SEGUIR APRENENT

Al llarg dels tres dies del congrés, els participants tenen l'oportunitat d'escoltar destacats periodistes com Rebecca Christie (Bloomberg News), Christian Feld (ARD German TV), Teresa Küchler (*Svenska Dagbladet*), Bruno Waterfield (*The Daily Telegraph*) o Matina Stevis (*The Wall Street Journal*).

Entre algunes declaracions, Feld assegura que Alemanya no podrà salvar l'euro i que Europa no està unida, perquè "ni el Regne Unit ho vol estar", mentre que Waterfield veu el Premi Nobel de la

importància de seguir aprenent sempre, especialment en temes de finances, per poder explicar millor a la societat els problemes econòmics que està patint. "Els periodistes han d'aprofundir més, ser crítics i donar-li l'oportunitat als ciutadans de saber quines polítiques hi ha i com s'estan fent servir", remarca Rebecca Christie.

Una altra part important de la trobada està destinada a repartir els participants en diverses aules taller (*workshops*) per posar en pràctica els seus coneixements i fer una mica de treball en xarxa (*networking*). Així doncs, hi ha el taller de televisió, en què es crea un informatiu especial per transmetre l'impacte de la crisi; un altre dedicat a la fotografia, allà es retraten els efectes de la crisi a la població més pobre de Brussel·les; un de premsa, que analitza com les paraules canvien de sentit en aquests moments de recessió; un altre de ràdio, on s'aprofundeix en el paper de la ràdio com a mitjà per educar els joves i, finalment, un taller de multimèdia, en què s'explica com es pot sobreviure a la crisi a través de les noves tecnologies.

En aquest últim taller, Stefan Kolgen, professor i periodista belga, intenta convèncer els seus joves alumnes que encara manifesten el desig de treballar a la premsa escrita que les noves tecnologies són el futur inapel·lable del periodisme. "El problema és que a Europa sempre ens ha costat ser innovadors", es lamenta Kolgen.

EL VETERANS ELS RECOMANEN QUE APRENGUIN DE FINANCES PER EXPLICAR MILLOR LA CRISI

Pau atorgat a la UE com una manera de recordar la importància d'aquest projecte per a l'equilibri a Europa i Stevis reinvoca la supressió definitiva dels estereotips entre els diferents països. "S'ha acabat això de dir que a Espanya treballen poc", diu a tall d'exemple.

Tots plegats discuteixen aspectes com el paper dels mitjans de comunicació a l'hora d'explicar la crisi, però tampoc no s'obliden d'aconsellar al centenar de joves periodistes que els escolten sobre la

Per aquest motiu, un dels reptes del taller és explicar una notícia a través de la tauleta com si fos una història, on s'incorporin tots els formats possibles: àudio, vídeo i, fins i tot, jocs interactius. Malgrat que el temps limitat de les jornades tan sols permet presentar la idea bàsica del projecte, els impulsors animen els alumnes que segueixin treballant des de casa per presentar el resultat final en algun mitjà que hi estigui interessat.



Panoràmica de l'European Youth Media, que va tenir lloc a les instal·lacions del Parlament Europeu. Foto: Martin Hanzel (Ringier Axel Springer Slovakia).

I ARA, QUÈ?

Després de tres dies intensos, arriba l'hora de les conclusions per part de l'equip organitzador. "El futur del periodisme a Europa està en bones mans", s'enorgulleix Milena Stosic, membre de l'EYP. "La crisi esdevé una terra molt fèrtil perquè els futurs periodistes es desenvolupin i facin nous mitjans més creïbles i interessants", afirma Stosic. "Al cap i a la fi -afegeix Olenyi- tothom sap que el periodisme mai no ha estat una professió fàcil o un

mitjà per fer-se ric, per això la constant motivació i dedicació dels joves periodistes és clau per acabar evitant els obstacles que es trobaran al llarg del camí".

La gran majoria d'assistents surten l'últim dia contents després d'haver pogut veure de ben a prop el funcionament intern del Parlament Europeu, d'haver escoltat els consells de destacats ponents i d'haver compartit la vocació periodística amb altres companys estrangers. No en va,

aquest congrés es tornarà a celebrar, de nou, l'any vinent perquè, tal com assegura Anni Podimata, vicepresidenta de Comunicació del Parlament Europeu, "dividits estem morts", en referència al títol de les jornades. "Amb la divisió d'Europa estem morts, hem de seguir estant units", conclou. Ara, però, a cadascú li toca tornar a casa seva, on la realitat d'una crisi que asfixia l'economia i la professió lluita diàriament amb els somnis de poder fer un periodisme de qualitat. Ç

ENLLAÇOS

www.youthmediadays.eu Web sobre les jornades de l'European Youth Media Days
www.youthpress.org Web de l'entitat organitzadora de les jornades, l'European Youth Press
<http://www.orangeloge.eu> Web de l'Orange Magazine, la revista de l'European Youth Press
<http://www.prensajjuvenil.org> Representació de l'European Youth Press a Espanya
facebook.com/youthmediadays Facebook de les jornades European Youth Media Days
facebook.com/youthpress Facebook de l'European Youth Press
twitter.com/EYMD Twitter de l'European Youth Media Days



+ info

EXPLORA NOUS AMBITES PROFESSIO- NALS

Consulta els cursos de formació que ofereix el Centre de Formació i Desenvolupament del Col·legi de Periodistes a

www.cfd.periodistes.org

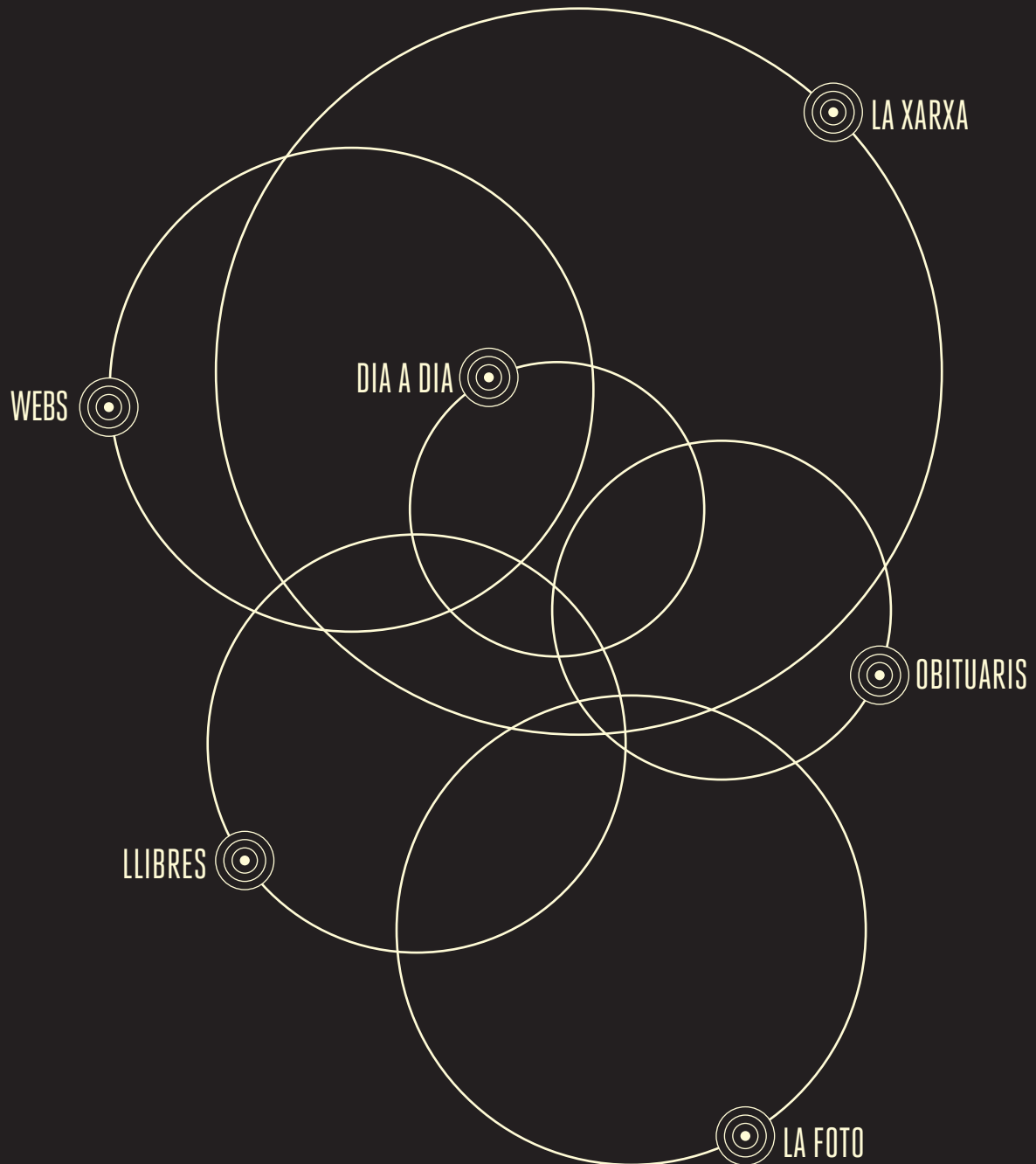


Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



El debat mediàtic post-Diada 2012 és inabastable i Internet encara en va plena. Aquests són alguns enllaços claus que confirmen les diferències de visió periodística que, a vegades, hi ha entre Madrid i Barcelona.



PORTADES *URBI ET ORBI*

<http://tinyurl.com/d3cmkpe>

Recull amb més de cinquanta portades de mitjans catalans, espanyols i internacionals sobre la Diada 2012 i la gran manifestació de Barcelona. Importants disparitats de criteris i intencions entre els diaris d'aquí i els de Madrid. L'ABC, per exemple, dedica pràcticament tota la portada a la victòria de la selecció espanyola de futbol sobre Geòrgia 0-1 amb el títol "ESPAÑA sigue firme"

CRÍTICA DE *LE MONDE*

<http://tinyurl.com/9rrby59>

L'endemà de la Diada, el reconegut diari francès analitza el tractament que els principals mitjans de comunicació d'Espanya i Catalunya han donat a la manifestació i apunta que RTVE, *La Razón* i ABC han intentat ocultar en les respectives informacions l'abast de la mobilització de Barcelona.

UN TELEDIARIO POLÈMIC

<http://tinyurl.com/9rrby59>

El *Telediario* de RTVE amb la notícia del milió i mig de manifestants en el cinquè lloc de l'informatiu, per darrere de la visita del primer ministre de Finlàndia a Rajoy, l'aniversari dels atemptats de Nova York, la moratòria de Brussel·les a Portugal i el cas de José Bretón. El *Telediario* de l'endemà va rectificar.

LA FESTA

<http://tinyurl.com/czm6y3f>

<http://tinyurl.com/dxm3hxm>

El Periódico recull el caràcter festiu de la manifestació i proposa dos jocs als seus lectors. Per una part, els manifestants poden mirar si surten en una gran panoràmica de 360 graus amb so d'ambient, mentre que, per l'altra, també poden enviar les fotos que van fer a la "mani".

FERNÁNDEZ VARA

<http://tinyurl.com/cp7jcu4>

El líder del PSOE i expresident d'Extremadura, Guillermo Fernández Vara, escriu en el seu bloc que si Catalunya s'independitza cal que retorni els milers d'extremenys que hi van emigrar fa dècades. El seu *post*, reproduït a centenars de llocs i especialment a mitjans de comunicació espanyols, ha estat posteriorment esborrat per l'autor, però si algú no el va llegir el pot localitzar, quasi íntegre, aquí www.larazon.es/noticia/4162-vara-exige-a-cataluna-que-devuelva-los-150-000-emigrantes-extremenos.

ISABEL BUJÁN

<http://tinyurl.com/cy6u58f>

Isabel Bujan, una extremeña de 79 anys que des de fa molts anys viu a Catalunya, dona una resposta memorable a Fernández Vara amb aquest vídeo domèstic enregistrat pel seu nét i penjat a la Xarxa. En el vídeo explica com ella i tota la família s'han integrat perfectament i que no volen marxar. El vídeo ha estat reproduït per molts mitjans catalans, però va ser pràcticament ignorat a Madrid. La versió original a Youtube ha estat vista més de 360.000 vegades.

PEDRO J. RAMÍREZ AL TWITTER

https://twitter.com/pedroj_ramirez

Pedro J. Ramírez, el director d'*El Mundo*, té més de 120.000 seguidors a Twitter. El 3 d'octubre, i sobre el mosaic amb senyera del Barça-Real Madrid, comenta la notícia que publica el seu diari i escriu aquesta provocativa piulada: "Sieg Heil (mosaico a la catalana)". I en un missatge immediat, afegeix amb una ortografia molt peculiar: "¡Cuánta agitación! Sieg Heil significa "Viva la victoria". Sólo los nazionalistas pueden darle otro significado y sentirse aludidos".

GUARDIA CIVIL I ESTELADES

<http://tinyurl.com/cf9crx>

E-notícies recull un parell de perles del programa televisiu "El gato al agua" (Canal Intereconomía). 1: Alejo Vidal Quadras, vicepresident del Parlament Europeu i diputat del PP, demana que la Guardia Civil intervingui a Catalunya. 2: la tertúlia del programa, amb assistència de la presidenta del PP de Catalunya, Alicia Sánchez Camacho, critica el mosaic del Camp Nou i les estelades del Barça-Real Madrid. I el periodista Carlos Dávila diu que el president de la Generalitat és un "indigente intelectual".

"ESPAÑOLIZAR"

<http://tinyurl.com/cmmbs2>

Quan el ministre d'Educació, José Ignacio Wert, va dir que caldria "españolizar a los niños catalanes", l'escriptor Joan Carreras va fer una cerca a Google i va trobar una vinyeta de l'any 1937 per l'Esquella de la Torratxa, amb un militar feixista de l'època cridant la mateixa consigna. La piulada sobre el tema va tenir força ressò social i als mitjans a Catalunya.

PORTADES SOBRE ESCÒCIA: 4-0

<http://tinyurl.com/d4vts5>

El dia que s'anuncia el futur referèndum sobre la independència d'Escòcia, l'emissora RAC1 compara com tracten el tema a les seves portades els principals diaris de Barcelona (*La Vanguardia*, *El Periódico*, *El Punt/Avui* i *Ara*) i els de Madrid (*El País*, *El Mundo*, *La Razón* i *ABC*). Resultat: 4-0. Tots els diaris barcelonins treuen el tema en portada, mentre que els madrilenys, no l'inclouen en la primera pàgina.

L'HORA DELS SMARTPHONES

Alguns mitjans de prestigi aposten per treballar amb els telèfons intel·ligents



Els smartphones, un fenomen a l'alça, permeten una sèrie d'aplicacions informatives. Foto: Sergio Ruiz

Els telèfons intel·ligents són cada vegada més utilitzats pels lectors (per rebre informació) i pels periodistes (per generar continguts). Els *smartphones*, o telèfons intel·ligents (amb Internet, càmera i pantalla gran, entre altres característiques), són els grans protagonistes del mercat mòbil mundial. Són a la butxaca d'un 40% dels usuaris de molts països desenvolupats i, segons Strategic Analytics, sumen en tot el món mil milions d'aparells, una xifra que es duplicarà l'any 2015.

Des del punt de vista periodístic, la seva importància és doble ja que, d'una banda, són un suport emergent en la consulta de continguts informatius per part dels usuaris i, d'una altra banda, comencen a tenir un paper rellevant com a eines de producció periodística.

El darrer informe del Project for Excellence in Journalism del Pew Research Center (1) conclou que l'ús de dispositius mòbils té grans implicacions per al sector de les notícies i especifica que un 62% dels usuaris nord-americans d'*smartphones* els fan servir per llegir notícies. En el recent seminari "Nuevas Plataformas Editoriales, Nuevo Periodismo, Nuevos Medios", Jim Roberts, director executiu del *New York Times*, ha dit (2) que més d'un 30% del tràfic web del seu diari procedeix de ginyes mòbils. I ha aclarit que, mentre les tauletes tàctils són utilitzades preferentment a la nit i els ordinadors en horari

d'oficina, els mòbils tenen un ús constant durant tot el dia. Segons Roberts, "són el futur del periodisme".

En aquesta línia, el *Wall Street Journal* ha endegat WorldStream (3), un servei de microblocs que es nodreix amb vídeos realitzats pels reporters del diari amb *smartphones*. Prop de quatre-cents periodistes han estat entrenats per crear pastilles de trenta segons de vídeo.

El *Wall Street Journal* no és un cas aïllat. Fotògrafs de Getty han fet servir telèfons intel·ligents per obtenir material gràfic extra durant la passada Setmana de la Moda de Nova York. La BBC, que fa temps va co-

SÓN UN SUPORT EMERGENT EN LA CONSULTA DE CONTINGUTS INFORMATIUS I COM A EINES DE PRODUCCIÓ PERIODÍSTICA

mençar a subministrar *smartphones* a la seva redacció, ha difós una crònica de la matança de civils a Qubair (Síria) confeccionada amb piulades i vídeos curts (4) que el periodista Paul Danahar va generar via mòbil (5). I també ha emès, en directe, una videocrònica enviada des del seu *smartphone* pel periodista Nick Garnett (6), que cobria unes inundacions al nord d'Anglaterra i que es va quedar sense l'enllaç habitual via satèl·lit.

Són casos puntuals, però cada vegada més nombrosos. I tenen la seva lògica dins del canvi tecnològic i de formats que viu el periodisme actual. Les imatges produïdes amb un telèfon o les capacitats expressives d'una piulada o d'un text escrit sobre la marxa amb un mòbil probablement no siguin les òptimes, si bé aporten rapidesa i immediatesa. En algunes situacions, són una bona alternativa o complement als plantejaments habituals. I, a vegades, la millor o l'única manera de tractar alguns fets informatius.

Carmen Jané, redactora de l'edició digital d'*El Periódico* i una de les creadores del bloc tecnològic Gadwoman, comenta les seves preferències quan treballa fora de la redacció: "Per fer un contingut més elaborat prefereixo un ultrabook, que pesa al voltant d'un quilo i té una bateria que t'aguanta set hores, i una càmera de fotos que enregistri vídeo. Ara bé, per fer una crònica d'urgència un bon *smartphone* pot ser una eina bàsica. Estalvia temps, facilita la immediatesa i descarrega l'esquena", assegura.

La col·laboració mòbil-periodisme no és nova. Una de les primeres fotos fetes amb un telèfon i difosa per la premsa va ser la del cos assassinat del cineasta holandès Theo Van Gogh (any 2004). I, el 2005, alguns usuaris van enregistrar els atemptats de Londres que després van reproduir els mitjans. En els darrers anys, les capacitats multimèdia dels mòbils s'han disparat, el fenomen sembla a punt de per fer un salt qualitatiu i assumir un important doble rol de receptor de notícies i productor de continguts.

I si no que li preguntin al nord-americà Tim Pool. Té vint-i-sis anys, bloc propi (7), milers de seguidors a Twitter i els seus informes i vídeos sobre manifestacions s'han emès a Al-Jazira i *New York Times*, entre altres mitjans. Va començar seguint Occupy Wall Street (EUA) i ha estat a Espanya amb motiu del 25-S. El seu equip bàsic de treball: una càmera, un micròfon i dos telèfons intel·ligents.

LINKS

- (1) <http://tinyurl.com/8m942wo>
- (2) <http://tinyurl.com/c5uwzzq>
- (3) <http://tinyurl.com/bsu9uzf>
- (4) <http://tinyurl.com/7yle4fg>
- (5) <http://tinyurl.com/d2k7crs>
- (6) <http://tinyurl.com/chlrxez>
- (7) <http://tinyurl.com/d39arrk>



EL FRANQUISMO, CÓMPLICE DEL HOLOCAUSTO

Y otros episodios desconocidos de la dictadura

Eduardo Martín de Pozuelo | La Vanguardia Ediciones, 2012 | 263 pàgines

Eduardo Martín de Pozuelo, un dels grans noms del periodisme d'investigació a Espanya, torna a destapar una realitat històrica amagada amb cura pel règim franquista. Fins fa poc, ningú no pensava en Franco quan es parlava d'holocaust, com si l'Espanya pronazi de principi dels anys quaranta hagués vist des de la distància com Alemanya deportava i executava milions de jueus. Ara bé, la realitat destapada en aquest llibre mostra que Franco podria haver salvat desenes de milers de sefardites i, en canvi, va preferir deixar-los morir. Alguns diplomàtics van actuar pel seu compte i contra les ordres de Madrid per salvar unes desenes o uns centenars de persones. I, de fet, quan va canviar el curs de la guerra i els aliats van començar a pressionar Franco, ell va apropiar-se d'aquests actes per guanyar-se la benevolència dels vencedors. L'autor va iniciar la trajectòria periodística al diari *Pueblo* de Madrid i l'ha desenvolupat, en gran mesura, a *La Vanguardia*, on treballa com a reporter des de 1975. Va ser co-fundador de l'equip d'investigació del diari, pioner a Espanya, del qual va ser redactor en cap durant deu anys.



LA RIUADA DE FRANCO

Pugnes polítiques, propaganda i corrupció en el context de les inundacions del Vallès (1962)

Ferran Sales i Aige i Lluís Sales i Favà | Pagès Editors, 2012 | 262 pàgines

La riuada del Vallès de la tardor del 1962 va causar més de sis-cents morts, va destruir centenars de cases i fàbriques i va ocasionar milers de damnificats. El règim franquista va convertir aquella tragèdia en una campanya de propaganda a favor del cap d'Estat, el *caudillo* Francisco Franco. Alguns sectors de l'oposició van detectar la manipulació franquista, però un dels pocs que la va combatre va ser Josep Tarradellas, que va desafiar el franquisme amb la promoció de col·lectes amb la col·laboració dels monjos de Montserrat. El periodista Ferran Sales i l'historiador

Lluís Sales han treballat conjuntament en l'elaboració del llibre per apropar-nos als fets. El primer ha treballat durant més de quaranta-cinc anys en diverses publicacions. L'última redacció va ser la d'*El País*, on va treballar vint-i-vuit anys i va ser membre fundador de l'equip d'investigació, a més d'exercir de corresponçal al Magrib i a l'Orient Mitjà entre el 1990 i el 2005. L'any 1994, va rebre el premi Cirilio Rodríguez al millor corresponçal de l'any. Està jubilat des de 2011. Lluís Sales és llicenciat en Història per la Universitat de Girona.



QUAN ELS OBRERS VAN SER ELS AMOS

Una setmana de vaga general política a Sabadell el febrer de 1975

Xavier Vinader | Pagès Editors, 2012 | 214 pàgines

Durant pràcticament una setmana, del 23 al 27 de febrer de 1976, Sabadell es va quedar completament paritzada. Tot havia començat amb les càrregues policials contra una manifestació pacífica per l'ensenyament públic, que va acabar amb nens ferits. Durant aquells dies, Sabadell va ser mirada amb ira pels defensors del règim franquista amb la mateixa força que amb esperança pels que volien acabar-lo. Tots aquests episodis són descrits per Xavier Vinader, periodista que va iniciar la seva activitat al *Diari de Sabadell* i a Radio Juventud de Sabadell. Va treballar també com

a corresponçal d'Europa Press i *La Vanguardia*, i va formar part de les redaccions de *Mundo Diario*, *Tèle/express*, *Mundo*, *Arreu*, *Primera Plana* i *Interviú*, entre altres publicacions. Periodista d'investigació, va ser condemnat per uns reportatges en què denunciava la guerra bruta al País Basc, fet que el va dur a l'exili fins que va ser indultat. Ha estat president internacional de Reporters sense Fronteres i ha rebut la Creu de Sant Jordi (2007), la Medalla de la Ciutat al Mèrit Periodístic de l'Ajuntament de Sabadell i la Ploma d'Or de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB (2011).

NEWPAPER

Cómo la revolución digital transforma la prensa

Albert Montagut

Ediciones Deusto, 2012

430 pàgines



El periodista Albert Montagut assegura que la seva vida va canviar el dia que, durant l'octubre del 1995, es va connectar per primera vegada a Internet, concretament al web www.nytimes.com. Des de llavors, ha intentat fer periodisme compaginant tots dos llenguatges, l'imprès i l'en

línia. Montagut ha recollit en aquest llibre l'opinió de reconeguts professionals com Juan Luis Cebrían, Pedro J. Ramírez, José Antich o Antonio Franco, etc., que comparteixen les seves idees sobre com resoldre aquesta situació. També ho fan els protagonistes d'una transformació en línia als grans mitjans: Mario Tascón, Vicent Partal, Juan Varela o Ignacio Escolar; i corresponsals i reporters com Enric González o Rafael Ramos.

QUEREMOS SABER

Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos

Diversos autores

Debate, 2012

204 pàgines



La crisi econòmica que patim en tots els àmbits ha coincidit en el temps amb la crisi dels mitjans i, per tant, del periodisme, obligat en els darrers temps a adaptar-se a la realitat digital. En gairebé totes les crisis, es corre el perill d'efectuar retallades sobre aspectes fonamentals,

conservant-ne altres d'accessoris. Quan es parla d'un mitjà de comunicació, una informació internacional pròpia de qualitat resulta cara i és per això que és aquesta secció on poden augmentar els problemes i els reptes del periodisme. Dotze periodistes amb una àmplia trajectòria internacional en els mitjans més diversos signen aquesta obra on conviden a reflexionar sobre la crisi que està patint el periodisme i les terribles conseqüències per al correcte funcionament de la democràcia.

LES VEUS DE LA INFLUÈNCIA

15 entrevistes a periodistes catalans

Toni Vall

Deu i Onze Editors, 2012

251 pàgines



Martí Anglada, Alfons Arús, Jordi Basté, Ferran Monegal, Gemma Nierga, Júlia Otero, Joan M. Tresserras o Vicenç Villatoro. Són només vuit dels quinze periodistes que Toni Vall ha entrevistat per a l'elaboració d'aquest llibre. Professionals de rellevància que estem acostumats a escoltar,

mirar o llegir cada dia, i a través dels quals ens assabentem del que passa al món. Aquest cop, Vall ens apropa la seva visió sobre el món que ens envolta, així com una reflexió sobre la seva trajectòria i el periodisme en general. Nascut a Barcelona l'any 1979, l'autor combina aquesta mateixa professió amb la docència a la facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB.



INFORME MEMÒRIA 2011 FUNDACIÓ CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA

Fundació Consell de la Informació de Catalunya, 2012

61 pàgines



La Fundació Consell de la Informació de Catalunya fa un repàs a l'exercici 2011 en aquest informe-memòria anual. S'hi exposen dades destacables, com la trentena de queixes rebudes per aquesta entitat. Recordem que va ser constituïda amb la finalitat de vetllar per l'acompliment del

codi deontològic. De la vintena de les queixes acceptades, se'n pot deduir que cada cop és més freqüent la presentació de reclamacions sobre la informació que apareix a Internet. Els casos tractats, segons s'assegura des de la Fundació, mostren que les noves tecnologies i els recursos que ofereixen als periodistes demanen una nova reflexió sobre com mantenir el respecte als principis i valors de l'ètica periodística en el context digital. La nova era planteja diversos interrogants sobre què són els *mass media* a Internet i què entra o no sota la jurisdicció del Consell.



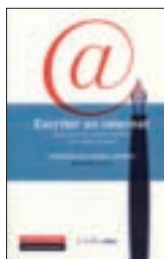
ESCRIBIR EN INTERNET

Guía para los nuevos medios y las redes sociales

Mario Tascón (dir.)

Galaxia Gutenberg, 2012

510 pàgines



Amb l'objectiu d'ajudar a escriure amb correcció i estil a internet, neix aquest manual d'utilització de l'espanyol en els mitjans digitals i els suports electrònics. Com s'escriu una carta oficial en un correu electrònic? Quins símbols es poden fer servir a Twitter? I en un sms? Aquests són alguns

dels dubtes resolts en aquest llibre, pensat per a tots els públics: tant per a aquells que, tot i no ser uns experts, utilitzen sovint Internet, com per als professionals que volen aprofundir i millorar les tècniques de redacció i de comunicació digital. Dirigit pel periodista Mario Tascón, es tracta d'un treball de la Fundació del Español Urgente –Fundéu BBVA–, que recull recomanacions i estudis de més de quaranta experts sobre el tema. Aquesta fundació és una institució sense ànim de lucre que té com a principal objectiu impulsar el bon ús de l'idioma espanyol en els mitjans de comunicació. Va ser presentada l'any 2005 i és fruit d'un acord entre l'Agència EFE i el BBVA.



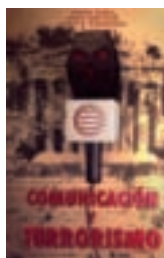
COMUNICACIÓN Y TERRORISMO

Ubaldo Cuesta, María José Canel i Mario G.

Gurriñero (ed.)

Editorial Tecnos, 2012

348 pàgines



Sota la premissa que el terrorisme és un acte de comunicació i l'11-S, l'11-M i el 7-J són atemptats que pretenen fer arribar un missatge a la societat, aquest llibre analitza la complexa interacció provocada per la comunicació entre els polítics, els periodistes i els ciutadans. La tensió dels

governants quan han de declarar davant dels mitjans després de l'explosió d'una bomba, la incertesa dels periodistes quan han d'escriure el titular o la desolació dels ciutadans quan miren les imatges. Es poden observar diferents realitats geogràfiques (Espanya, Estats Units, Regne Unit i Mèxic), amb metodologies que recullen informació de

governants, periodistes, portaveus, testimonis, ciutadans i víctimes. Diferents perspectives i enfocaments disciplinaris es donen cita en aquest llibre, en què han col·laborat experts nacionals i internacionals amb l'objectiu d'ajudar els lectors a conèixer i estudiar millor els efectes del terrorisme en la societat de la comunicació.



EL PERIODISMO CATALÁN

Prensa e identidad. Un siglo de historia (1879-1984)

Josep Maria Figueres

Editorial Fragua, 2012

656 pàgines



Aquest llibre fa un repàs per la història d'un dels períodes més dinàmics del periodisme en català des del primer diari, el *Diari Català* el 1879, fins al final de la transició a Catalunya l'any 1984. Josep Maria Figueres, professor d'Història del Periodisme a la UAB des del 1991, estudia en aquesta obra

els antecedents que han permès que en l'actualitat hi hagi una desena de diaris en llengua catalana a Barcelona (4), Girona, Lleida, Palma, Andorra..., així com una gran varietat de continguts. L'autor estudia diaris històrics com *Diari Català*, *La Renaixença* o *Diario de Barcelona*; revistes com *Cuca Fera*, *El Poble Català*, *El Patufet*, *L'Hora de Catalunya*; exemples de premsa cultural, clandestina, esportiva o de l'exili... Figueres és autor d'un centenar d'estudis, entre els quals hi destaquen *El primer diari en llengua catalana. Diari Català* (IEC, 1999), *Prensa i nacionalisme* (Pòrtic, 2002) i *Periodisme a la Guerra Civil* (PAM, 2010). També està en curs d'edició la història de *La Veu de Catalunya*.







— • LA FOTO • —

EL MILLOR FOTOPERIODISME

Des del 29 de novembre al 6 de gener, el World Press Photo torna al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (cccb) sota l'organització, per vuitè any consecutiu, de la Fundació Photographic Social Vision. Els millors treballs del fotoperiodisme internacional, un total de 156, inclouen imatges com aquesta (primer premi de Fotografies individuals - Temes contemporanis) presa a Sud-àfrica i on es pot veure la Maria, una prostituta drogoaddicta ucraïnesa, el país que compta amb el major nombre de casos de sida d'Europa.

Brent
Stirton

— • OBITUARIS • —

JOAN CANTÓ

El 13 de juliol, va morir a seixanta-tres anys el periodista Joan Cantó Civit. Ha-
via nascut l'11 d'abril de 1949. Des de 1970, era cap de secció de Compaginació
de *Mundo Deportivo*. Com a associat del Col·legi, pertanyia a la demarcació de
Barcelona.



LUIS CANTERO

El 15 de setembre, moria a la seva casa de Madrid, víctima d'una embòlia
pulmonar, Luis Cantero, periodista estrella d'*Interviú*, capçalera on va publicar
cròniques i reportatges entre 1976 i 1999. Natural de Granada, es va integrar
al periodisme amb imaginació i una audàcia avançada al seu temps, lluny
dels estereotips del periodisme instituïts en el franquisme. De 1979 a 1989, el
seus reportatges arribaren a força personalitats de la transició, com ara Adolfo
Suárez, el mateix rei Joan Carles, famosos i famoses del món de l'art com Julio
Iglesias, Mònica Randall, Andy Warhol i altres de la *Gauche Divine* de Barcelo-
na. Els seus treballs solien estar il·lustrats per fotografies d'Oriol Maspons, amb
qui va recórrer llocs i espais de moda com discoteques o platges d'Eivissa. Amb
Maspons també va elaborar la sèrie *La vuelta al mundo en 80 camas*. També va
tenir una columna a *El Periódico de Catalunya*.



XAVIER DíEZ SERRAT

El 21 de setembre moria a Barcelona als seixanta anys
i víctima d'un tumor cerebral, Xavier Díez Serrat,
subdirector del *Mundo Deportivo*, on treballava des de
1968. Graduat en l'antiga Escola Oficial de Periodis-
me, des d'un principi, va apostar per treballar en el
periodisme esportiu. Era un professional rigorós que
durant anys va encarregar-se de la informació relativa
al F. C. Barcelona. Entre les nombroses informacions, cal
destacar-ne l'exclusiva de la dimissió de Nuñez com a
president del Barça. Sotsdirector del diari des de final
dels noranta, era un crític expert i a la seva secció "10
líneas" mostrava una gran capacitat de síntesi.

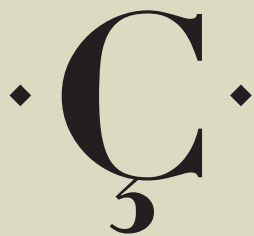


Foto: Manel Montilla / MD



RICARDO MARTÍNEZ

El 25 de setembre, va morir a cinquanta-tres anys el periodista Ricardo Martí-
nez. Nascut a Tànger, en la seva trajectòria professional hi destaca el treball rea-
litzat a Publicaciones Heres, on es va especialitzar en la redacció d'entrevistes.
Aquest professional de la comunicació vivia a Sant Cugat del Vallès i pertanyia a
la demarcació de Barcelona del Col·legi.



CAPÇALERA

BUTLLETA DE
SUBSCRIPCIÓ
ANUAL

☐ Vull subscriure'm a la revista CAPÇALERA, que consta de quatre números trimestrals amb un **cost total de 16€**
(en un sol pagament)

Nom:	
Cognoms:	
Adreça Postal:	
Població:	Codi postal:
DNI/NIF/CIF:	Telèfon:
Adreça electrònica:	

Dades Bancàries

Titular:	Firma:
Entitat:	
Núm. de compte:	

Envieu aquesta butlleta a:

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA, (Rbla. de Catalunya, 10, principal, 08007 BCN) o bé escanejada a l'adreça electrònica comunicacio@periodistes.org

POLÍTICA DE PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL En compliment del que disposa la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, s'informa l'usuari de l'existència d'un fitxer de dades de caràcter personal responsable del qual és COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA creat amb les dades obtingudes a través de la complimentació per part de l'usuari de qualsevol dels formularis de recollida de dades, i/o enviament de missatge de correu electrònic a l'adreça comunicacio@periodistes.org. Aquest fitxer ha estat creat amb la finalitat de donar informació sobre la prestació dels serveis, ofertes com també per a la realització d'activitats promocionals i publicitàries del COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA per qualsevol mitjà, incloent-hi l'enviament de correus electrònics.

L'ACTUALI- TAT DEL PERIODIS- ME A UN CLIC

El Centre de Documentació Montserrat Roig elabora per
als col·legiats un recull de premsa diari per saber tot el que
passa en el món de la comunicació i el periodisme.
Pots apuntar-te i consultar-ho a

www.periodistes.org/recull_prensa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

AGOST

2 d'agost

TERRIBAS, CONSELLERA DELEGADA DE L'ARA. La periodista Mònica Terribas assumirà el càrrec d'editora i consellera delegada del diari *Ara*, segons anuncia Ferran Rodés, president del consell d'administració. Terribas, directora de TV3 fins a ser rellevada per Eugeni Sallent, ha estat elegida, a dir de les mateixes fonts, per "preparar el nou projecte," que contribuirà al creixement i desenvolupament del diari *Ara* del qual és director el periodista Carles Capdevila. La nova etapa arrencarà amb el segon aniversari de la publicació el proper 28 de novembre. Entre els projectes a assumir, l'*Ara* farà arribar a les escoles l'obra "Els millors poetes catalans del segle XX" en col·laboració amb el Grup 62 i l'Obra Social de La Caixa. També estrenarà ben aviat una nova aplicació per a l'iPad i millores per als suports Android per apropar-se més als seguidors del diari a través d'Internet.

LA CNC MULTA MEDIAPRO. La Comissió Nacional de la Competència (CNC) imposa una multa de 200.000 euros a Mediapro, empresa que explota els drets audiovisuals del futbol, per subministrar informació "incompleta i enganyosa" sobre alguns contractes amb clubs de futbol. L'origen de la sanció es remunta a l'abril de 2010, quan la CNC va decidir que els contractes entre operadors i clubs de futbol no podien excedir de tres anys de vigència, tal com assenyalava la normativa comunitària. En una nota al respecte, la CNC comunica la sanció, que qualifica d'"infracció lleu".

4 d'agost

ANA PASTOR I ALTRES PERIODISTES, DESTITUÏTS A TVE. La presentadora de l'espai *Los desayunos de TVE*, Ana Pastor, és destituïda pel nou equip directiu, segons informa la mateixa periodista a Twitter. El programa era líder d'audiència en la franja horària dels matins. Pastor va rebre fa unes setmanes el premi Iris 2012 de l'Acadèmia de Televisió a la millor presentadora d'informatius. La cadena pública assenyalava en un comunicat que el cap d'Informatius, Julio Somoano, havia ofert a Pastor presentar un programa setmanal d'entrevistes a la nit, cosa que la periodista nega i assegura que se l'havia citat per "reflexionar junts sobre el seu futur". La destitució de Pastor no és l'única, ja que hi ha moltes més destitucions, com el cap d'Informatius de TVE, Fran Llorente; el presentador del programa *En días como hoy*, Juan Ramon Lucas, i

Toni Garrido, de RNE. Xavier Fortes responsable de *La noche en 24 horas* tampoc no continuarà treballant a l'ens públic.



Foto: RTVE

Pastor és destituïda pel nou equip directiu.

8 d'agost

COLUMBIA PREMIA MIGUEL ÁNGEL BASTENIER. El periodista hispanocolombià, Miguel Ángel Bastenier, és distingit per la Universitat de Columbia (Nova York) amb el premi Maria Moors Cabot per la tasca periodística en favor de la cooperació entre els països sud-americans. Bastenier és mestre de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, de l'Escola de Periodisme d'*El País* i columnista d'aquest diari. Josh Friedman, president del jurat, destaca el compromís de Bastenier amb l'exercici d'un periodisme de qualitat a l'Amèrica Llatina mitjançant "l'ensenyament a nous professionals per treballar amb la seva mateixa independència i passió per la professió".



Foto: Carles Ribas

Bastenier rep el premi Maria Moors Cabot.

16 d'agost

EQUADOR DÓNA ASIL POLÍTIC A ASSANGE. Julian Assange, refugiat a l'ambaixada d'Equador a Londres, compta a partir d'avui amb l'asil polític d'aquest país. El Govern de Correa ha assumit l'asil pel presumpte "risc a la seguretat, la integritat i fins i tot la vida" del fundador de WikiLeaks. Baltasar Garzón, exjutge de l'Audiència Nacional, opina que el Regne Unit ha de complir amb la Convenció del Refugiat i deixar que Assange surti cap a Equador. Si Londres insisteix a retenir-lo, Garzón durà el cas al Tribunal Internacional de l'Haia.

21 d'agost

CASADO SUBSTITUÏRÀ PASTOR A TVE. El director d'Informatius de TVE, Julio Somoano, dona a conèixer els nous responsables dels seus programes. María Casado, que fins ara presentava el *Tèlèdiari fin de semana* i *El debate de La 1*, substituirà Ana Pastor a *Los desayunos de TVE*. L'editor de *Los desayunos* serà Juan Manuel Romero. Entre altres novetats, està la de Marta Jaumandreu, que presentarà *Tèlèdiari 2*.

MOR UNA PERIODISTA JAPONESA A SÍRIA. La periodista Mika Yamamoto, de l'agència Japan Press, mor en un tiroteig entre les forces partidàries del règim d'Al Asad i l'Exèrcit Lliure Siri a Aleppo, on darrerament han tingut lloc greus enfrontaments. Yamamoto viatjava amb els rebels i un company de l'agència quan es va produir l'atac i va rebre un tret al coll que li va causar la mort un cop traslladada a l'hospital. La periodista japonesa tenia més de quinze anys d'experiència en la informació de conflictes armats.



Foto: Japan Press

Yamamoto va perdre la vida a Aleppo.

HUGH GRANT LIDERA LA REFORMA DE LA PREMSA BRITÀNICA. L'actor Hugh Grant serà un dels directors de l'associació independent Hacked Off ("punxada") que lluita a favor de la reforma de la premsa britànica arran de l'escàndol de les escoltes. Grant ha estat un dels rostres més visibles de la defensa de les víctimes de les escoltes en el diari de Rupert Murdoch.

23 d'agost

UN ERO PER A 1.198 TREBALLADORS DE RTVV. El consell de Radiotelevisió Valenciana aprova un ERO per a 1.198 treballadors amb els vots a favor del PP i la disconformitat de l'oposició. Els primers acomiadaments dels treballadors afectats començaran a tenir lloc el pròxim setembre i podran estendre's fins al 31 d'agost de 2013. La reunió del consell ha estat marcada per les protestes dels treballadors i per un fort desplegament policial.

CANVIS EN ELS INFORMATIUS DE RNE. El cap d'Informatius de RNE, Juan FernándezVegue, canvia els responsables en quatre de les set àrees dels informatius de l'emissora. Marcelino Blanes serà el cap d'Informatius estatal; Pedro Antonio Carreño, el d'Economia; Manuel Seara, el de Societat, i Luís Javier Alcalà, el d'Informació local. FernándezVega ratifica Juan Tato (Internacional), Berta Tàpia (Cultura) i José Maria Abad (Esports).

24 d'agost

EL GOVERN PROPICIA LA FUSIÓ D'ANTENA 3 I LA SEXTA. Canvien les condicions imposades per la Comissió Nacional de la Competència (CNC) per a la fusió d'Antena 3 i La Sexta, condicions que ambdues cadenes van considerar "no admissibles per raons d'interès general i el manteniment del pluralisme informatiu", motiu pel qual van decidir recórrer a la decisió ministerial. El Govern ha actuat "en simetria" amb les que es van imposar a Tele 5 i Cuatro en la seva fusió. S'elimina l'obligació de comercialitzar publicitat a través de firmes diferents i s'eleva a un 22% la limitació de l'audiència semestral conjunta.

26 d'agost

LA XARXA SUBSTITUEIX COMRÀDIO. La Plataforma La Xarxa substituirà COMRÀDIO a partir del 3 de setembre. Es tracta d'una plataforma d'intercanvi de programes entre cent cinquanta emissores locals d'arreu de Catalunya que és una refundació de COMRÀDIO i que busca facilitar la cooperació entre el canals locals de televisions catalanes. La Xarxa vol "donar resposta a la demanda de les emissores locals del país que necessiten suport i acompanyament". Neix centrada en la ràdio, però en endavant podria convertir-se en un projecte multimèdia. Tots els mitjans de comunicació impartiran una denominació semblant. A partir del 2 de setembre, el portal *Lamalla.cat* es denominarà *XarxaNotícies.cat*.

MÚRCIA PRIVATITZA LA SEVA TELEVISIÓ. El govern de Múrcia anuncia la resolució del contracte en la televisió de la regió i el grup GTM, concessionari del canal 7RM des que es va crear el 2006. El 31 d'agost, es començarà a treballar en el nou concurs d'adjudicació, tot i que la titularitat de la televisió continuarà "sent pública". Els responsables del govern murcià diuen que es mantindrà una part de la plantilla actual a través del nou concurs.

LA SEXTA DÓNA PER FETA LA FUSIÓ AMB ANTENA 3. El director de La Sexta, Antonio García Ferreras, "dóna per feta la fusió amb Antena 3", tot i assenyalar que serà el nou accionariat qui "decideixi el rumb de la cadena". Ferreras aposta per mantenir les actuals línies editorials de les dues cadenes, ja que considera que "són molt complementàries".



Ferreras, director de La Sexta

Foto: La Sexta

SETEMBRE

1 de setembre

VINT-I-QUATRENA EDICIÓ DE VISA POUR L'IMAGE. Celebració del festival internacional de fotoperiodisme Visa pour l'Image, que com cada any té lloc a Perpinyà (Catalunya Nord). S'hi exposen vint-i-vuit reportatges que testimonien conflictes bèl·lics i socials. El prestigiós premi Rémi Ochlik 2012 ha recaigut en un treball del jove reporter Sebastián Liste (Alacant, 1985), el primer professional espanyol que rep aquest guardó. "Urban Quilombo" és el nom del reportatge premiat, que recull la vida d'una comunitat brasilera que es va instal·lar, el 2003, en una fàbrica de xocolata abandonada a Salvador de Bahia. Hi van viure fins al 2011, quan van ser desallotjades pel Govern. Liste va conviure amb ells durant dos anys i continuà tractant-los en els nous habitatges de la perifèria on havien estat traslladats gràcies a una beca de Getty Images. Altres fotoperiodistes espanyols que mostren els respectius treballs a Visa pour l'Image són Pep Bonet o Diego Ibarra, Matias Nieto i Ignacio Gil. El director del festival, Jean-François Leroy, destaca la creixent participació de fotoperiodistes en el certamen.

2 de setembre

L'SPC I ENTITATS DE MOIÀ DONEN SUPORT A XAVIER RIUS. El Sindicat de Periodistes de Catalunya manifesta el seu suport al periodista Xavier Rius davant les "amenaces de què és objecte per part de Plataforma per Catalunya (PxC) presidida per Josep Anglada". Xavier Rius és autor del llibre *Xenofòbia a Catalunya*, publicat l'octubre de 2011. Anglada dema-

na a Rius una indemnització de 100.000 euros per "presumptes injúries i calúmnies a la seva persona detectades en l'obra". El cas és al jutjat de Moià, on viu el periodista pendent d'un acte de conciliació. El Sindicat de Periodistes de Catalunya recrimina pressions i "piulades despectives" per part de PxC que considera "amenaces a la integritat del company Rius i d'altres persones". Onze entitats de Moià signen un manifest de suport a Rius i asseguren que el llibre és un treball elaborat amb rigor que descriu una situació preocupant com és la xenofòbia".

3 de setembre

PRISA RETALLA 131 LLOCS DE TREBALL. Juan Luís Cebrián, president de Prisa, anuncia un ERO de 131 persones en quatre dels seus negocis. Els afectats són *Cinco Días*, Prisa Band Solutions, la secció de revistes i la part corporativa. Fonts de CCOO assenyalen que l'ERO aplica les normes de la nova reforma laboral (indemnització de vint dies per any treballat).

4 de setembre

TVE A CATALUNYA, CONTRA L'EMISSIÓ DELS TOROS. El consell assessor de RTVE a Catalunya demana al centre de Sant Cugat que desconnecti les retransmissions de les curses de braus per evitar el maltractament als animals que es podran veure a les sis de la tarda en horari de protecció infantil. La retransmissió de la primera cursa, després de sis anys d'absència de la petita pantalla, tindrà lloc el 5 de setembre, quan es retransmetrà la *corrida* de la Feria de Valladolid.

5 de setembre

ÀNGELS BARCELÓ FITXA PER DISCOVERY. El canal d'entreteniment en obert Discovery MAX fitxa la periodista catalana Àngels Barceló per presentar el programa *Y el mundo cambió*, una estrena de la temporada actual. El fitxatge el dona a conèixer al Festival de Vitòria el director general del canal, Fernando Jerez, que valora la professionalitat i credibilitat de Barceló, tant en ràdio com en televisió. Actualment, Barceló dirigeix *Hora 25*, de la cadena SER. *Y el mundo cambió* és la gran aposta internacional de Discovery, segons Fernando Jerez.

6 de setembre

EITB COMPLEIX TRENTA ANYS. La televisió basca, Euskal Telebista (EITB), celebra el seu trentè aniversari en un acte commemoratiu a la seu de la cadena

a Bilbao, on es repassa la trajectòria del canal i alguns dels programes i presentadors més destacats. La primera emissió d'ETB va tenir lloc el 31 de desembre de 1982 i venia precedit per les emissions d'Euskadi Irratia. El segon canal es va posar en marxa quatre anys després, el 1986.

GAS NATURAL RENOVA L'ACORD AMB INCOM-UAB. El director general de Comunicació i Gabinet de Presidència de Gas Natural Fenosa, Jordi Garcia Taberner, i el rector de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Ferran Sancho, signen a Barcelona un acord segons el qual la multinacional es manté com a únic patrocinador de l'Informe de la comunicació a Catalunya. L'Informe en qüestió és un projecte pioner de l'Institut de la Comunicació de la UAB (InCom-UAB) que rep el patrocini de la companyia, des de la seva creació l'any 2000, i el suport de la Generalitat. Aquesta publicació ofereix una descripció actualitzada i una anàlisi interpretativa i plural de l'evolució dels diversos camps del sector de la comunicació a Catalunya. Amb dotze anys d'existència, —es publica bianualment— s'ha convertit en tota una referència tant per a investigadors i per a, professionals com per als responsables de les polítiques públiques catalanes.



Foto: Gas Natural Fenosa

Garcia i Sancho oficialitzen el nou acord.

7 de setembre

RTVE RELLEVA DIRECTORS TERRITORIALS. La Corporació RTVE comunica el relleu a onze directors de nou centres territorials (Andalusia, Aragó, Astúries, Castella-La Manxa, Galícia, La Rioja, Múrcia, Navarra i País Basc, Cantàbria i País Valencià). A Catalunya, la periodista Anna Maria Bordas segueix al capdavant del centre de TVE a Sant Cugat.

9 de setembre

CREIX EL CONSUM DE MITJANS EN CATALÀ. Un informe publicat al diari *Ara* revela el creixement del consum de mitjans fets en català en gairebé tots els àmbits de la comunicació, malgrat la competitivitat

dels escrits en llengua castellana. En televisió, TV3 torna a ser líder i la ràdio en català iguala l'espanyola. Pel que fa als diaris que es llegeixen a Catalunya, un 86% han estat escrits al país, però ara per ara només un 48% són en llengua catalana.

MACROFESTIVAL PER AL TRENTÈ ANIVERSARI DE RÀDIO TELE TAXI. Una gran festa musical i familiar té lloc al par aquàtic d'Illa Fantasia del Maresme per commemorar el trentè aniversari de Ràdio Tele Taxi, creada per Justo Molinero, ànima de l'emissora. Més de quaranta artistes de primer nivell canten per celebrar l'aniversari, el primer que se celebra en recinte tancat.

10 de setembre

ELS PERIODISTES DE RELIGIÓ S'EXPLIQUEN A ROMA. La recentment creada Associació Internacional de Periodistes de Religió (IARJ), presidida per la periodista de *La Vanguardia* María-Paz López, presenta a la premsa estrangera a Roma, els ambiciosos objectius de l'entitat i la "notable acollida que ha obtingut en els primers mesos de vida". L'associació, de caràcter aconfessional, acull un col·lectiu de professionals que treballen tant per a mitjans confessionals com per a no confessionals de diferents entitats culturals i religioses d'arreu del món. L'objectiu principal de l'IARJ és "el compromís amb un exercici responsable del periodisme des l'objectivitat, la no-discriminació i la pau".



Foto: IARJ

María-Paz López, presidenta de l'IARJ.

FOTOPERIODISME GIRONÍ A VISA OFF. L'obra gràfica de vint-i-nou fotògrafs gironins brilla enguany en el Visa Off de Perpinyà, un dels festivals de fotoperiodisme més importants del món. La seva obra es va poder veure a la mostra de fotoperiodistes de Girona, organitzada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya presentada l'any passat al Centre Cultural La Mercè. A Perpinyà, figuren obres de Manel Lladó, Lluís Serrat, Martí Artalejo, Joan Castro, Pere Duran, Eddy Kelele, Marc Martí, Josep Maria Oliveras, Aniol Res-

closa, Jordi Ribot, Tino Soriano i del malaurat Jordi Velasco, mort aquest any en un accident d'avioneta en aigües properes a Roses.

AGUIRRE ANUNCIA LA PRIVATITZACIÓ DE TELEMADRID. La presidenta de la Comunitat de Madrid, Esperanza Aguirre, anuncia en el debat sobre l'estat de la regió, que el seu executiu donarà suport a la privatització de l'ens públic Radio Televisió Madrid (RTVM). Tant és així que s'iniciaran "immediatament" les gestions necessàries per dur a terme el canvi. Aguirre indica que el suport a la privatització "no ha de sorprendre ningú". La presidenta sempre havia dit que Telemadrid es privatitzaria quan la llei ho fes possible.

12 de setembre

LA CCMA REDUEIX L'OFERTA AUDIOVISUAL. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals fa saber que, a partir de l'1 d'octubre, un dels canals de TVC deixarà de funcionar. Desapareixerà el canal juvenil 3XL i el canal 33 passarà a emetre per la freqüència que fins ara ocupava el 3XL. A partir d'octubre, el Super 3 emetrà en la freqüència del 33 (matí i tarda) i el 33 quedarà, comprimit, a les nits. Paral·lelament, està previst que iCatFM, del grup d'emissores de Catalunya Ràdio, deixi d'emetre per FM a partir d'octubre i adapti l'oferta a través d'Internet.

RTVE ADMET ERRORS EN VALORAR LA MANIFESTACIÓ DE LA DIADA. La direcció de Comunicació de RTVE reconeix que "hi va haver un error" en l'ordre en què el *Telediario 2* va col·locar la notícia sobre la manifestació independentista celebrada a Barcelona. En declaracions a EFE, TVE explica que l'error va ser "de valoració", tot i considerar "impecable" la cobertura dels actes de la Diada que TVE va fer al llarg de la jornada. El consell assessor de RTVE a Catalunya (a excepció dels consellers del PP) també s'ha queixat pel "menyspreu en el tractament de la notícia".

LA CNN FITXA ANA PASTOR. L'expressantadora de *Los desayunos de TVE* s'incorpora a la CNN. Pastor no descarta compaginar la feina en aquesta cadena amb col·laboracions amb televisions espanyoles. El programa per a CNN Internacional i CNN en castellà no tindrà periodicitat fixa, però aplegarà personalitats destacades de la política, la cultura i l'esport.

13 de setembre

EL COL·LEGI HOMENATJA NÚRIA POMPEIA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya inaugura a la seu de Barcelona l'exposició de Núria Pompeia sota el títol "Sola davant la vinyeta". La mostra recupera treballs de la ninotaire catalana nascuda a Barcelona el 1931 i contemporània d'una època en què les dones tenien difícil entrada al món del còmic. Pompeia fou una pionera en el moviment ninotaire feminista que treballa en premsa i en l'àmbit literari. Va iniciar les col·laboracions a la revista *Emafrunde*, editada per l'Institut Català de la Dona. Més enllà de 1970, les vinyetes de Pompeia, van aparèixer a les revistes *Triunfo* i *Por favor*. Va escriure i publicar llibres amb sentit de l'humor, textos i il·lustracions. La inauguració de l'exposició inclou una taula rodona en què participen el coordinador de la mostra, Pepe Gálvez; les joves dibuixants Mari Carmen Vila, Sònia Pulido, Raquel Garcia i una filla i un fill de Pompeia. Pompeia té actualment vuitanta-un anys.



Foto: Marc Javierre

Un moment de la inauguració de la mostra.

CONTRA LA SUPRESSIÓ D'ICAT DEL DIAL. El comitè d'empresa de Catalunya Ràdio manifesta en un comunicat que la decisió d'eliminar Icat FM del dial a partir de l'octubre és una mesura "negativa i precipitada". Els treballadors creuen que s'hauria necessitat un "període més ampli de transició per explicar el nou canal als oients". Pel que fa al camp laboral, el comitè tem que la decisió d'eliminar Icat FM de la freqüència modulada pot posar en perill alguns llocs de treball del grup. El comitè "exigeix", tal com la direcció s'ha compromès, que la desaparició d'Icat FM "no comporti cap acomiadament". D'altra banda, representants dels treballadors de TV3 i Catalunya Ràdio mostren oposició a la decisió de la CCMA de reduir l'oferta de canals del grup que ha conduït a la desaparició del canal 3XL, a la reducció de les hores d'emissió del 33 i ara, al tancament d'Icat FM.

EL COL·LEGI CONDEMNA ELS ACOMIADAMENTS A TARRAGONA RÀDIO. L'Ajuntament de Tarragona anuncia la reducció d'un 30% de la plantilla de Tarragona Ràdio (TGN). Arran d'aquest fet, la Demarcació

de Tarragona del Col·legi de Periodistes condemna i lamenta l'acomiadament de set dels vint-i-dos treballadors d'aquesta emissora municipal. En defensa de la funció de servei públic del periodisme, el Col·legi rebutja aquesta decisió de l'Ajuntament i se solidaritza amb els companys afectats. La mesura suposarà un estalvi de 300.000 euros al consistori tarragoní. Els treballadors es mostren "dolguts" per la manera com s'ha seguit el procés i pels criteris adoptats per tal de decidir els acomiadaments.

15 de setembre

ABANS I DESPRÉS DEL FOC DE L'EMPORDÀ. L'Espai Armengol de Vilajuïga acull un profund debat sobre el *Foc Empordà: la comunicació durant el primer gran incendi 2.0*. L'acte té el suport del Col·legi de Periodistes de Girona i és conduït pel president de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal i director editorial de l'*Empordà*, Carles Ayats. Hi assisteixen com a ponents, el director territorial d'Interior, Albert Ballesta; la directora de comunicació dels Bombers, Núria Iglesias; el president de les ADF de l'Alt Empordà, Josep Maria Cervera; el consultor en comunicació Pau Canalet; Ramon Iglesias, director de Ràdio Girona/SER; Francesc Cruanyes, periodista de TVE; Anna Puig, periodista d'*El Punt-Avui* i membre del Col·legi de Periodistes, i altres tècnics i representants administracions comarcals gironines. Tots ells coincideixen a dir que s'ha obert "un abans i un després" en la comunicació dels grans sinistres després de l'experiència del 22-J. Els ponents valoren la feina informativa constant de la Conselleria d'Interior i l'ús de les xarxes socials "com a complement necessari i ben rebut".

L'ARA ESTRENA VERSIÓ PER A L'IPAD. La nova aplicació del diari Ara per a la tauleta d'Apple ja és pot descarregar de manera totalment gratuïta des de la botiga d'aplicacions App Store o de l'enllaç <http://ipad.ara.cat>, segons informa el mateix diari. D'aquesta manera, es poden llegir les notícies del web del diari, tots els continguts de l'edició en paper i els articles d'opinió, a més de fotografies i vídeos. També s'hi poden consultar edicions antigues.

EL SUPREM CONDEMNA LOSANTOS A INDEMNITZAR ZARZALEJOS. El Tribunal Suprem publica una sentència que condemna Federico Jiménez Losantos a pagar 100.000 euros d'indemnització a l'exdirector d'*Abc*, José Antonio Zarzalejos, pels insults que li va dedicar sistemàticament des dels micròfons de La

mañana de la Cope. L'alt tribunal revoca una anterior sentència absolutòria de l'Audiència de Madrid perquè "el dret constitucional a la llibertat d'expressió no reconeix el dret a l'insult".

19 de setembre

LLEIDA FESTEJA ELS VINT-I-CINC ANYS DEL COL·LEGI. La demarcació de Lleida del Col·legi inaugura amb la col·laboració de la càtedra de Periodisme i Comunicació de Universitat de Lleida l'exposició "25 anys de Col·legi, 25 anys de periodisme" amb imatges i textos commemoratius de la creació del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Presenten la mostra, el president del Col·legi de Periodistes de Lleida, Josep Lluís Cadena, i Miquel Pueyo, director de la càtedra de Periodisme i Comunicació de la Universitat de Lleida. L'acte inclou la celebració d'una taula rodona en què es debat el passat i el futur de la professió periodística. Hi participen alguns dels presidents de la demarcació durant els darrers vint-i-cinc anys fins a l'actualitat com són Pau Echazú, Jesús Riverola, Ramon Mesull i Josep Lluís Cadena.

20 de setembre

COL·LOQUI SOBRE L'ECONOMIA DEL CONEIXEMENT. Què és l'Economia del Coneixement? Amb l'objectiu de donar resposta a la pregunta, hèlix3c i la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores organitzaren un col·loqui-entrevista en què s'exposaren els fonaments d'aquesta teoria econòmica i social basada en col·laborar, compartir i ser creatiu. L'acte, que va tenir lloc al Col·legi de Periodistes, va comptar amb la participació del professor Albert Oriol, patró de la Fundació Cercle per al Coneixement, i Pere Monràs, expert en Economia del Coneixement, soci fundador d'hèlix3c i vicepresident executiu de la Fundació Cercle per al Coneixement, que varen respondre a les preguntes de l'Ariadna Matamoros, redactora de *L'Econòmic*, Jaume Reixach, director d'*El Triangle* i Gabriel Izard, Director de *Cataluña Económica*.



Foto: Hèlix3c

Un moment del debat al Col·legi de Periodistes.

PRESENTACIÓ DE LA PLATAFORMA *ISABADELL.CAT*.

Es presenta oficialment la plataforma *ISabadell.cat*, que va posar en marxa en solitari el periodista Jordi de Arriba. Des d'aleshores, ja formen un equip de quinze persones. En sis mesos de vida, la plataforma té 250.000 visites de 50.000 lectors diferents. Jordi de Arriba és col·laborador de *La Vanguardia* i *Diari de Sabadell*, va ser cap d'Informatius a Canal Català-Vallès Oriental i premi Ramon Barnils de Periodisme d'Investigació 2005.

24 de setembre

LA JUSTÍCIA DISTINGEIX JESÚS G. ALBALAT. El periodista Jesús G. Albalat rep un guardó de la Conselleria de Justícia per la contribució dels seus articles entorn de la funció social penitenciària. Albalat treballa com a reporter d'investigació d'*El Periódico* i aplega una dilatada i fructífera trajectòria com a especialista en informació judicial. Li lliura el premi la consellera Pilar Fernández Bozal.

25 de setembre

EL COL·LEGI COMMEMORA LES INUNDACIONS DEL VALLÈS. Enric Frigola, secretari de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes de Catalunya, participa en la jornada commemorativa a Terrassa dels cinquanta anys de la tràgica riuada de 1962, que va provocar centenars de morts i va negar la ciutat i altres poblacions del Vallès. El Col·legi participa, concretament, en la inauguració d'un monòlit dedicat al periodista radiofònic Joaquín Soler Serrano, que des de Ràdio Barcelona va informar i mobilitzar la població durant aquelles jornades amb un programa especial que va servir per recollir diners i ajudes als afectats.

"IMATGES 2011" A TORREDEMBARRA. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya organitza l'exposició "Imatges 2011" a Torredembarra, un resum gràfic de l'actualitat a través dels fets més rellevants esdevinguts a les comarques tarragonines durant el 2011. La integren vint-i-nou fotografies d'una desena de professionals de la demarcació que han disparat les càmeres i els flaixos sobre els fets més destacats de l'any, com ara les manifestacions contra les retallades, les protestes dels indignats, les eleccions municipals, les principals notícies esportives, les festes tradicionals de Valls, etc. Un objectiu de la mostra és donar valor a la feina dels fotògrafs de les comarques.

27 de setembre

VISITA DEL CONSELLER FERRAN MASCARELL. El conseller de Cultura, Ferran Mascarell, ret visita a la Comissió de Cultura del Col·legi de Periodistes on ha tingut l'oportunitat de conèixer de primera mà les activitats i actuacions de la comissió de la qual depenen les publicacions del Col·legi, les exposicions o les visites guiades que organitza la Comissió de Cultura per als col·legiats a diferents llocs d'interès cultural. Els membres de la comissió i el conseller de Cultura han tingut l'oportunitat d'intercanviar criteris i compartir visions sobre l'actual situació de la professió periodística i cultural del país.



Foto: Ignasi Rodríguez

Els membres de la comissió amb Mascarell.

ELS COL·LEGIATS VISITEN L'EXPOSICIÓ DEL *Cu-Cut!*.

El Col·legi de Periodistes de Catalunya porta a terme una visita guiada a l'exposició "*Cu-Cut!*, sàtira política en temps trasbalsats 1902-1910", que té lloc a l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. L'activitat s'emmarca dins del programa de visites guiades que organitza mensualment la Comissió de Comunicació i Cultura i compta com a guia amb el comissari de la mostra, Jaume Capdevila/KAP. Els dibuixos originals que es poden veure a l'exposició reflecteixen la influència que va representar a l'època la primera aparició satírica de caire catalanista.

EL *PERIÓDICO* CREA UNA SECCIÓ DE PARTICIPACIÓ AMB EL LECTOR. "Entre tots" és la nova secció creada per *El Periódico de Catalunya* per fomentar la comunicació entre els lectors i el diari a través d'Internet, en especial per facilitar la implicació del lector a través de l'edició en paper, el web i les xarxes socials. L'objectiu del mitjà és "escollir els lectors. Donar-los visibilitat al diari, crear una comunitat de socis amb interessos comuns", en paraules del director del rotatiu, Enric Hernández.

EL FISCAL MULTA LA REVISTA *CAFEAMBLET*. El fiscal demana la imposició d'una multa de 5.000 euros a la revista *Cafeamblet*, publicació local de les comarques

de La Selva i el Maresme, amb els quals indemnitzarien Josep Maria Via, gerent de l'Hospital del Mar. Un centenar de persones acudeixen a la seu judicial en defensa dels acusats. *Cafeamblet* ha destapat alguns casos de presumptes irregularitats en la sanitat pública catalana que ara investiga l'Oficina Antifrau.

UNIDAD EDITORIAL RETALLARÀ DOS-CENTS LLOCS DE TREBALL. S'anuncien noves retallades a les empreses d'Unidad Editorial. L'empresa té pèrdues de 242 milions en el balanç de final de 2011. Abans de l'estiu, ja es van retallar 150 llocs de treball a *El Mundo*. Pròximament, la reestructuració afectarà *Expansión*, *Marca* i l'àrea corporativa. Tal com va informar *El Economista*, el 14 de setembre, el futur d'Unidad Editorial "depèn més que mai del fet que la matriu italiana RCS no tanqui l'aixeta del finançament".

28 de setembre

"12 CÀMERES" A LLEIDA. El Col·legi de Periodistes de Lleida, la Diputació de Lleida i la Fundació Pública Institut d'Estudis Ilerdencs presenten l'exposició "12 Càmeres & 1 Objectiu: la notícia", en què es recull el treball dels periodistes gràfics de les comarques de Ponent a través de trenta-cinc imatges de dotze fotoperiodistes lleidatans fetes en els últims anys i publicades en diferents mitjans de comunicació. El conjunt de fotografies palesa la història recent de Lleida, les seves comarques i la realitat social, cultural i econòmica. Hi ha fotografies d'Anna Carrión, Herminia Sirvent, Silvia Búitia, Mercè Gili, Ramon Gabriel, Tony Alcántara, Selena García, Amado Forrolla, Leonard Delshams, Magda Altisent, Òscar Mirón i Itmar Fabregat. Es pot veure a la Sala Montsuar. L'exposició forma part de les activitats de celebració del vint-i-cinquè aniversari del Col·legi de Periodistes.



Foto: Demarcació Lleida

Foto de família dels organitzadors i fotògrafs.

INICI DEL CURS ACADÈMIC AL COL·LEGI. El primer trimestre del curs acadèmic 2012-2013 s'inicia amb el curs Blocs per a fotoperiodistes, que realitzarà

— • DIA A DIA • —

Paco Elvira. Actualment, tant periodistes com fotògrafs han de ser polivalents i dominar els camps de l'escriptura, la fotografia, el vídeo o els canals multimèdia. El bloc és una eina excepcional per difondre la pròpia tasca en totes les seves dimensions. Per la seva banda, Ferran Forné impartirà un curs d'iniciació al Photoshop adreçat a totes aquelles persones, fotògrafs novells o amb coneixements bàsics de fotografia, que es vulguin iniciar en el món de la postproducció. També durant l'octubre, es reeditarà el curs Locució i comunicació oral: la veu i els mitjans de comunicació amb Carles Pérez. En darrer lloc, es proposa el curs Periodisme esportiu en anglès, a càrrec d'Ernest Amat.

LA JUSTÍCIA REVOCA LA REDUCCIÓ DE SOUS DE TELEMADRID. Una sentència del Tribunal Superior de Justícia de Madrid revoca la reducció d'un 5% de la nòmina de la plantilla de Telemadrid que va emprendre la cadena el 2010 en aplicació de la decisió adoptada pel govern de Zapatero de rebaixar

els sous als empleats públics a partir d'aquella data. L'actual resolució obliga la televisió autonòmica a tornar part del sou deduït a prop d'un miler de treballadors. L'import ascendeix a un total de cinc milions d'euros.

29 de setembre

PERIODISME SOLIDARI AL COL·LEGI DE PERIODISTES. El Col·legi de Periodistes continua destinant un 0,7% del seu pressupost a col·laboracions amb projectes de cooperació i solidaritat relacionats amb la comunicació. La Comissió de Periodisme Solidari, impulsora dels projectes, ha obert els terminis de l'edició següent, en què tenen cabuda projectes que s'estiguin desenvolupant en aquests moments i que es trobin en l'última fase de producció i es puguin iniciar de manera "immediata". El 2012, el projecte va recaure en les ràdios comunitàries de les zones indígenes d'Honduras.

30 de setembre

TMB i VUELING, PREMIS DE LA COMISSIÓ DE GABINETS DEL COL·LEGI. El Col·legi de Periodistes de Catalunya premia, en la quarta edició dels Premis Gabinet de Comunicació, els periodistes de fonts de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) en la categoria Millor Pla de Comunicació i, d'altra banda, als de la companyia aèria Vueling en la de Millor Estratègia de Comunicació Interna. L'objectiu d'aquests guardons és reconèixer i impulsar la tasca que estan fent els gabinets de comunicació i els professionals que hi treballen. Un altra objectiu dels premis és fomentar els esforços del sector privat i públic per donar accés a una informació veraç i útil. Els premis de la comissió de gabinets s'atorguen amb una periodicitat anual i tenen com a referència el Manual de Bones Pràctiques, elaborat per la Comissió de Gabinet de comunicació. Enguany, els guardons es lliuraran a principi del mes de novembre en un acte que tindrà lloc a la seu del Col·legi de Periodistes de Catalunya.



io instituts odontològics



Condicions especials per a col·legiats/ades.



22€
Higiene Bucal
Amb revisió
gratuïta inclosa



GRATIS
1ª visita, revisions
i radiografies intrabucals



20%
Dte. a tot tipus
de tractaments



18
Finançament a 18
mesos sense interessos



Preguntes per
la nova Ortodòncia transparent
invisalign



902 119 321
www.ioa.es | ioa@ioa.es

Segueix-nos at:

facebook.com/institutsodontologics
 @Ins_Odontologic

BARCELONA EIXAMPLE
Diputació, 238 | 933 426 400

BARCELONA SAGRADA FAMÍLIA
Sardenya, 319 | 934 570 453

BARCELONA LES CORTS
Av. Madrid, 141-145 | 934 394 500

BARCELONA POBLE NOU
Ramon Turró, 246 | 932 247 770

BARCELONA SANT ANDREU
Neopàtria, 55 | 933 601 670

Badalona | 933 894 331
Cornellà | 934 741 932

Granollers | 938 793 228
L'Hospitalet de L. | 932 615 800
Manresa | 938 774 567
Mataró | 937 577 181
Sabadell | 937 276 396

Sant Boi de L. | 938 613 500
Terrassa | 937 333 360
Vic | 938 869 400
Vilanova i La G. | 938 105 858

El teu suport, avui, alimenta el futur de molts infants



L'educació és una necessitat bàsica per a tots els infants

Al Casal dels Infants ajudem molts nens i joves a superar cada obstacle per difícil que sembli. Els fem costat, a ells i a les seves famílies, els ajudem a l'escola, construïm espais de confiança i seguretat, fan amics, troben referents... perquè tinguin el màxim d'oportunitats i s'esforcin tot el que puguin per tirar endavant.

**El teu compromís
és clau** perquè ho
aconsegueixin!



Casal dels Infants
acció social als barris

Junta de Comerç, 16 | 08001 Barcelona | Tel. 93 317 00 13 - Fax 93 301 16 06 | info@casaldelsinfants.org | www.casaldelsinfants.org

Transferència o ingrés a:

"La Caixa" 2100-3001-62-2500027076 | Catalunya Caixa 2013-0087-16-0200448775

OCTUBRE

1 d'octubre

GIRONA COMMEMORA ELS VINT-I-CINC ANYS DEL COL·LEGI. "Periodistes, 25 anys construint el Col·legi" és el nom de l'exposició que té lloc a la demarcació de Girona del Col·legi, oberta fins al 25 d'octubre. La mostra repassa la història de la institució des de 1986 a 2011 i se centra, sobretot, en els diferents professionals de la informació que van donar forma a l'actual institució, començant pel grup que va democratitzar l'Associació de la Premsa de Barcelona durant els últims anys del franquisme. S'hi poden veure dos centenars de fotografies amb els rostres que van moure el periodisme del nostre país durant les dues últimes dècades del segle passat.

MARAGALL AMB ELS COL·LEGIATS DE LLEIDA.

L'expresident de la Generalitat Pasqual Maragall visita la Mostra de Fotoperiodisme "12 Càmeres & 1 objectiu: la notícia" acompanyat pel president i vicepresident de la demarcació de Lleida, Josep Lluís Cadena i Jesús Riverola, respectivament. La mostra, que es va inaugurar el 28 de setembre, està organitzada per la Demarcació de Lleida a través del Institut d'Estudis Ilerdens.



Foto: Mireia González

Maragall i els responsables de la demarcació.

2 d'octubre

NOU ESPAI VIRTUAL A'HOSPITALET. L'Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat anuncia que el 15 d'octubre posarà en marxa el nou format reduït de Televisió de l'Hospitalet que emetrà a la TDT i Internet un nou espai informatiu de trenta minuts de durada que s'anomenarà *L'Hactualitat*. Aquest nou espai virtual inclourà quatre seccions (*L'informatiu*, amb les notícies d'actualitat; *En 3 minuts*, un espai de reportatge; *Pren nota*, una agenda d'activitats de la ciutat; i *Qui som, què fem?*, càpsules informatives d'entitats). La programació en qüestió s'oferirà a la TDT a les 19.30 hores i es repetirà tres cops fins a les 21.30 h.

5 d'octubre

ROSA MARIA VIDAL, DIRECTORA GENERAL DE RTVV. Les Corts Valencianes acorden el nou consell d'administració de Radiotelevisió Valenciana (RTVV) amb els vots del PP, suficients per designar en segona votació i per majoria absoluta l'advocada Rosa Maria Vidal com a directora general de RTVV. El consell d'administració de l'ens estarà format per cinc consellers del PP, dos del PSPV. Un de Compromís i un altre d'Esquerra Unida. Cap dels nomenats prendrà possessió fins que no es construeixi la nova societat que agruparà tots els serveis de Radiotelevisió Valenciana.

6 d'octubre

EL PAÍS, TRENTA ANYS A CATALUNYA. L'edició catalana d'*El País* compleix trenta anys. La matinada del 6 d'octubre de 1982 es reunien als tallers de la Zona Franca personalitats de l'empresa, la política i la cultura per testimoniar l'arrencada de la rotativa. A partir d'aquells moments, el diari va comptar amb una redacció pròpia a Barcelona des de la qual es difondrien informacions pròpies de Catalunya i de les seves corresponalsies.

UNIDAD EDITORIAL NOTIFICA UN NOU ERO. El Grup Unidad Editorial, propietari dels diaris *El Mundo*, *Marca* i *Expansión*, anuncia un nou expedient de Regulació d'Ocupació (ERO) en què es proposen entre 170 i 195 baixes, segons el comitè d'empresa. La retallada laboral afectarà l'esportiu *Marca*, l'econòmic *Expansión*, la cadena Ràdio Marca, revistes i suplementes especialitzats, l'empresa de distribució i la divisió corporativa. En alguns mitjans, les baixes representarien més d'un 25% de la plantilla. Aquest nou expedient de regulació se suma al que Unidad Editorial va aplicar recentment a *El Mundo* i que va afectar 150 persones.

8 d'octubre

ANTENA 3 I LA SEXTA NO FUSIONARAN ELS INFORMATIUS. Els serveis informatius d'Antena 3 i La Sexta continuaran treballant separatament després de la fusió oficialitzada a l'inici d'octubre. Les redaccions es mantindran "diferenciades" i només cercaran sinèrgies per a l'optimització de recursos tècnics. Amb la integració de La Sexta, el nou Grup queda format per vuit cadenes televisives. També hi romandrà incorporada Gol TV, però en règim de lloguer.

9 d'octubre

SOPAR OFF THE RECORD AMB EL CONSELLER RECODER. En el marc dels sopars *Off the record* promoguts per la Junta de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya, una vintena de periodistes sopen al restaurant El Vinil de Girona amb el conseller de Territori i Sostenibilitat, Lluís Recoder. La reunió transcorre en un ambient distès entre periodistes i polítics, llunyà de les rodes de premsa o actes oficials.



Foto: Susanna Farrerós

Un moment del sopar amb el conseller Recoder.

EL PAÍS PRESCINDEIX DE 149 TREBALLADORS. La direcció del diari *El País* comunica als treballadors del mitjà la reestructuració de la plantilla i acomiadarà 128 empleats, en jubilarà anticipadament 21 més i rebaixarà un 15% el sou dels que continuen. Fonts dels treballadors preveuen que els comiats afectin els més grans de 55 anys que siguin novells en l'entorn digital, a més dels corresponents a les delegacions territorials, amb excepció de les de Catalunya i Madrid. La plantilla avisa que respondrà als acomiadaments amb 18 dies de vaga.

10 d'octubre

EL COL·LEGI CONTRARI A L'ERO D'EL PAÍS. El Col·legi de Periodistes de Catalunya publica un comunicat contrari a l'Expedient de Regulació d'Ocupació presentat per *El País*. "Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya, -diu el comunicat- volem donar suport al comitè d'empresa del diari, que ja ha reclamat la retirada de l'ERO i que engegui una negociació per posar damunt la taula solucions alternatives". El Col·legi també s'oposa al fet que l'única alternativa de les direccions dels mitjans sigui la destrucció de llocs de treball i la fragilitat de les redaccions. El comunicat considera reprovable les declaracions fetes des de la direcció que asseguren que la tercera edat dels periodistes comença als cinquanta anys. Davant l'onada de jubilacions anticipades de periodistes, la Junta de Govern ha reivindicat en força vegades el valor de l'experiència per a un periodisme de qualitat.

Este hombre no es un jugador de rugby.
Es un periodista eritreo.



© Cameron Whittman / Vetta / Getty Images

Eritrea es la segunda prisión más grande del mundo para los periodistas, después de China. Decenas de ellos son torturados y desfilan en las cárceles del país. Con ocasión de los 10 años de la suspensión de la prensa privada y de las grandes redadas de periodistas, la comunidad internacional debe reaccionar.

**REPORTEROS
SIN FRONTERAS**
POR LA LIBERTAD DE PRENSA

La libertad de la prensa es nuestro combate. Apoya a Reporteros sin Fronteras.

DIMITEIX LA DIRECTORA DE *BESTIARI IL·LUSTRAT*. La direcció de Televisió de Catalunya retira l'entrevista que el programa *Bestiari il·lustrat* va fer a l'escriptor i guionista Jaïr Domínguez per considerar que les imatges "atempten contra els principis ètics i democràtics que regeixen els seus programes i canals". La direcció també ha acceptat la dimissió de la directora del programa, Mai Balaguer. Televisió de Catalunya lamenta que el contingut del programa "Paraules que maten", emès al canal 33 el 9 d'octubre, "hagi estat ofensiu i hagi pogut ferir la sensibilitat de les persones i institucions al·ludides". En el vídeo del programa el guionista, Jaïr Domínguez, dialoga amb un altre guionista, Marc Pastor, amb qui conversa en clau d'humor sobre "com es dispara" davant unes il·lustracions amb les figures del rei Joan Carles, de Fèlix Millet, del periodista Salvador Sostres i del príncep Felip.,



Foto: TVC

Un fotograma del polèmic programa.

11 d'octubre

EL GOVERN REPROVA LES SÀTIRES DEL *BESTIARI IL·LUSTRAT*. El portaveu del Govern de la Generalitat i secretari general de la Presidència, Francesc Homs, emet un comunicat en el qual reprova les al·lusions explícites a la violència aparegudes en el programa que es va emetre el 9 d'octubre. Homs assenyalava que la violència és una opció "no es pot dir ni en broma, no hi ha context que justifiqui una afirmació d'aquestes característiques".

14 d'octubre

DIARI DE GIRONA I REGIÓ 7, AL QUIOSC DIGITAL. El degà de la premsa gironina, *Diari de Girona*, es pot llegir des d'avui en tauletes, telèfons mòbils intel·ligents i ordinadors al Quiosc Digital d'Orbyt amb el mateix format original. Orbyt va ser llançat darrerament per Unitat Editorial al qual Editorial Premsa Ibèrica, grup editor de *Diari de Girona*, ha incorporat les seves capçaleres. També, des d'avui, arriba al quiosc digital l'edició de *Regió 7* a través de les plataformes electròniques més avançades.

15 d'octubre

ELS TREBALLADORS DE TV3 ES MOBILITZEN. La plantilla de TV3 acorda aturades parcials davant la previsible retallada a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i els probables expedients de regulació d'ocupació i en contra de l'externalització a TVC. La primera de les aturades tindrà lloc el 24 d'octubre. La resta s'estendran fins al gener de 2013, amb caràcter parcial. Un 71% de treballadors han votat a favor de la vaga i un 24% en contra. El president de la Generalitat, Artur Mas, visita *Els matins de TV3* per ser entrevistat. Tres representants dels treballadors improvisen una trobada d'un quart d'hora amb el president i li manifesten les seves preocupacions.

16 d'octubre

EL TEMPS TORNA ALS QUIOSCS. El setmanari *El Temps* torna a distribuir-se als quioscs. L'empresa editora, Edicions del País Valencià, endega una nova etapa amb un procés d'ampliació de capital que s'obre a lectors i entitats. A partir d'ara, integra les publicacions *El Temps*, *El Temps Digital*, la traducció al català de l'anuari *The Economist* i el contracte exclusiu de *Der Spiegel*. El director general en aquesta nova etapa és Vicent Sanchís.

17 d'octubre

MOSTRA DE FOTOPERIODISTES GIRONA 2012. S'inaugura a la sala Domènech Fita de la Casa de la Cultura de Girona la "Mostra de fotoperiodistes Girona 2012", organitzada per la Demarcació de Girona, la Diputació i el Col·lectiu Fotoperiodistes de Girona. Aquest any, compta amb la participació de 54 imatges exposades en gran format realitzades per 27 autors. El catàleg de l'exposició s'obre amb un sentit homenatge a Jordi Velasco, mort tràgicament mentre sobrevolava la badia de Roses en plena feina. A l'exposició, es poden veure imatges de la processó de Verges, concerts de Sopa de Cabra, manifestacions de protesta, i imatges eròtiques i esports, entre altres.



Foto: Miquel Millan

Foto dels diferents participants a la mostra.

18 d'octubre

EL COL·LEGI, A LA JORNADA DE COMUNICACIÓ D'ALTAFULLA. La Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya col·labora en l'organització de la Jornada de Comunicació Local 2.0 "Oportunitats i perills de les administracions a les xarxes socials", que se celebra a Altafulla. La presidenta de la Demarcació, Sara Sans, modera una taula rodona sobre polítics i polítiques en l'univers 2.0. La jornada té com a objectiu analitzar i debatre sobre l'ús de les xarxes socials a l'administració i compta amb professionals, tècnics municipals i polítics que usen les xarxes socials en el dia a dia. La jornada està dirigida especialment a professionals de la comunicació, tècnics municipals, responsables polítics i estudiants.

TV3 RECORDA VÁZQUEZ MONTALBÁN. *Calidoscopio Montalbán* és el documental que emet TV3 en què es repassen les múltiples facetes de l'escriptor i periodista Manuel Vázquez Montalbán, mort el 2003. Intervenen persones que el van conèixer com Carme Balcells, Josep Ramoneda, Maruja Torres, Rafael Ribó, a més de la seva esposa, la historiadora Anna Sallés. La capacitat de crítica i d'anàlisi que va caracteritzar el treball de Vázquez Montalbán es reflecteix en el documental en unes imatges en què l'escriptor va augurar la crisi que es pateix en aquests moments.

19 d'octubre

PLACA COMMEMORATIVA DE SORD PRESS. El passat 19 d'octubre, Enric Frigola, secretari de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes, va recollir en representació del degà una placa commemorativa de Sord Press, l'agència de notícies vinculada a la comunitat de persones sordes. La placa, que es va atorgar en un acte al Col·legi, va donar-la el director de Sord Press, Guillem Carles, qui va destacar la col·laboració del Col·legi amb un periodisme social compromès amb els valors de la informació.



Foto: Sord Press

Enric Frigola amb Guillem Carles durant l'acte.

21 d'octubre

GUARDÓ A 30 MINUTS DE TV3. El reportatge "I tu d'on ets?" emès al programa de 30 minuts de TV3 rep un doble reconeixement. Per una banda, dels premis Francisc Candel, convocats per la Fundació Lluís Carulla amb el suport de la Direcció General d'Immigració de la Generalitat i, per l'altra, rep el premi de periodisme que atorga la Fundació Anna Lindh. Ambdós tenen semblants objectius per difondre les bones pràctiques en l'àmbit de la integració dels ciutadans i el diàleg entre cultures i el respecte a la diversitat.

24 d'octubre

VAGA A TV3. Els treballadors de TV3 inicien un seguit d'aturades parcials convocades pel comitè d'empresa de la cadena contra "l'externalització de TVC i a favor del manteniment de llocs de treball". Fa una setmana, el comitè d'empresa de TVC va obtenir el suport majoritari de la plantilla a les aturades, una mesura que podria allargar-se fins al proper mes de gener de 2013 i que es repartiria equitativament entre tots els torns i franges horàries. La primera jornada de vaga comença amb una concentració de treballadors al recinte de TVC, a Sant Joan Despí, per continuar fins a la seu de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per recordar al president, Brauli Duarte, que fa mesos es van lliurar les propostes dels treballadors per al futur contracte-programa sense haver obtingut cap resposta al respecte. El Comitè exigeix a la Direcció un "compromís amb el model de producció i amb la plantilla que aturi l'amenaça d'acomiadaments, privatitzacions, retallades de salari i incompliments de conveni".

25 d'octubre

VISITA A LA FUNDACIÓ FRANCISCO GODIA. Dins del programa d'exposicions guiades que organitza la Comissió de Comunicació i Cultura del Col·legi de Periodistes de Catalunya, des de fa dos anys, té lloc una interessant visita a la Fundació Francisco Godia de Barcelona situada a la històrica casa Garriga Nogués (Diputació, 250). Un grup de col·legiats han pogut contemplar a la seu de la institució la valuosa col·lecció privada d'art de la Fundació, així com la exposició temporal, dedicada actualment a l'escultor Pablo Palazuelo. Cristina Viniegra, guia de la Fundació, acompanya els periodistes durant el recorregut i aporta senyes arquitectòniques de l'imponent edifici modernista d'Enric Sagnier.

26 d'octubre

ADHESIÓ DEL COL·LEGI AL MANIFEST DELS COL·LEGIS PROFESSIONALS. La Junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya manifesta la voluntat d'adherir-se al manifest que diversos col·legis professionals han fet públic per expressar el suport a la resolució del Parlament de Catalunya sobre la necessitat que el poble català pugui decidir lliurement i democràticament el seu futur. "Volem compartir i expressar el suport a aquesta iniciativa, i amb aquest objectiu ja s'han iniciat les converses i gestions oportunes per materialitzar la nostra adhesió al manifest", diu el comunicat del Col·legi. També lamenta que no s'informés ni convidés el Col·legi de Periodistes a la reunió, ni a la majoria de col·legis professionals agrupats a la "Intercol·legial", on "estem representats conjuntament la majoria dels col·legis professionals més significatius del país".

DIRECTIVES DE LLEIDA PREMII EL PERIÓDICO. El premi anual de comunicació que convoca Funde (Associació d'Empresàries Directives i Professionals-BPM Lleida-Spain) atorga un guardó a *El Periódico de Catalunya* per mostrar la "realitat econòmica i social de les dones" en els escrits al diari de la *Defensora de la Igualtat*, a càrrec d'Eva Peruga. La premiada recull el premi en la gala de la setena edició dels premis Funde.

UN ANY D'ABC PUNTO RADIO. Té lloc al Museu d'ABC la festa d'adjudicació dels premis d'ABC Punto Radio en el primer aniversari. La cadena lliura els premis a aquelles persones que per les seves iniciatives i "ganes de seguir endavant en temps de crisi han il·lusionat els oients en els passats dotze mesos". Conduïx l'acte, Àngel Expósito, director d'Informatius d'ABC Punto Radio i la periodista Mónica Chaparro.

27 d'octubre

ATURADES A LA RÀDIO PÚBLICA. Els treballadors de Catalunya Ràdio decideixen posar en marxa un procés de mobilitzacions semblant al dels companys de TV3, segons informa el seu comitè d'empresa. El pla inclourà sis aturades parcials de 15 minuts en dates encara per concretar. La decisió s'aprova amb un 77% de vots a favor, un 18% en contra i un 4% en blanc, i té per objectiu protestar contra l'amenaça d'un ERO que planeja sobre la Corporació. D'altra banda, els treballadors de Catalunya Ràdio han comunicat en una carta oberta a Brauli Duarte,

president de la CCMA, que "és la seva responsabilitat controlar la despesa i no només la que afecta els salaris dels treballadors, sinó als alts càrrecs que es beneficien de places de pàrquing gratuïtes, targetes de crèdit i automòbils oficials, entre altres". Els treballadors insisteixen en la transparència dels fons que s'apliquen a l'empresa pública. Cal que "la societat sàpiga on van a parar els seu diners", diu l'escrit.

29 d'octubre

DONES ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ. El Col·legi de Periodistes acull una taula rodona amb participació de directores de diaris: Magdalena Trillo (*Granada Hoy*), Laura Espinar (*Lanza, Ciudad Real*), Arantza Zugaski (*Noticias de Guipuzkoa*), Pilar Gassent (*Republica.com*), Ángeles Rivero (*La Nueva España, Asturias*), Anna Muñoz (*Diari de Terrassa*) i Montserrat Domínguez (*HuffingtonPost.es*). La reunió té lloc durant la cloenda de la mostra dedicada a la il·lustradora Núria Pompeia, exposada al Col·legi des del passat setembre.

30 d'octubre

RENOVACIÓ DEL CONSELL DE LA INFORMACIÓ. La Fundació Consell de la Informació a Catalunya que vetlla pel compliment del codi deontològic renova el membres del Consell. La periodista Llúcia Oliva és reelegida presidenta, càrrec que ha desenvolupat els darrers quatre anys. L'advocat Lluís de Carreras substitueix al fins ara secretari general, el periodista Josep Maria Cadena. A la Fundació, estan representats el Col·legi de Periodistes, el Col·legi d'Advocats de Catalunya, el Sindicat de Periodistes, l'Organització de Consumidors i Usuaris i quatre universitats que ofereixen estudis de Periodisme (URL, UAB, UPF i URV).



Foto: CIC

Llúcia Oliva, reelegida al capdavant del CIC.

FUTUR DELS MITJANS PÚBLICS. El model futur dels mitjans de comunicació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) és objecte de debat a la seu del Col·legi de Periodistes després de l'informe redactat per 56 acadèmics i experts en co-

municació que adverteixen dels perills que suposen les retallades a la CCMA en un marc en què TV3 és líder d'audiència. Assisteixen al debat, representants dels principals partits polítics: Santi Vila (ciu), Núria Parlón (psc), Marisa Xandri (ppc), Marta Ribas (icv-euia), Enric Marin (erc), Núria Cadenas (si) i Jordi Cañas (c's). Durant el debat, es planteja la importància dels mitjans públics i les amenaces de privatització contra el model actual. L'informe reclama el compromís dels partits polítics per enfortir i reforçar els mitjans públics catalans.



Un moment de l'acte sobre els mitjans públics.

Foto: Ignasi Renom

31 d'octubre

COL·LABORACIÓ ENTRE *EL PUNT-AVIUI* I LA *UVIC*. El director d'*El Punt-Aviui*, Xevi Xirgu, i el rector de la Universitat de Vic (uvic), Jordi Montaña, ratifiquen la col·laboració entre ambdues entitats per potenciar la Xarxa de Corresponsals Digitals Universitaris. Des de l'anterior edició fins a l'actualitat, han participat en el projecte quaranta-cinc alumnes de Periodisme de la uvic, autors d'uns noranta articles.

CASTELLA I LLEÓ CREA EL COL·LEGI DE PERIODISTES. Les Corts de Castella i Lleó aproven per unanimitat la creació del Col·legi Professional de Periodistes de la Comunitat Autònoma. El portaveu i conseller de Presidència de Castella, José Antonio de Santiago, defensa davant les Corts el projecte de llei col·legial consensuat pels tres grups parlamentaris. Realitzada l'aprovació, es constituirà una comissió gestora designada pels membres del Col·legi com a òrgan de gestió provisional que elaborarà els estatuts provisionals, que posteriorment han de ser aprovats

en una assemblea constituent. Castellà i Lleó serà la sisena comunitat que comptarà amb un Col·legi de Periodistes. El primer va ser el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

ACORD ENTRE 8TV I LA CNN. La cadena del Grup Godó, 8TV, i la cadena d'informació nord-americana CNN, anuncien un acord de col·laboració segons el qual la cadena de Godó passa a ser membre de la xarxa de televisions internacionals de la qual forma part el canal dels Estats Units. Una de les primeres actuacions que implica aquest acord és la que faculta un equip del programa *8 al Dia* a informar en directe de la jornada electoral nord-americana des de les instal·lacions de la CNN. Per aquest fet, el periodista Josep Cuní, responsable de l'espai, es desplaçarà en els pròxims dies a Nova York per emetre des d'allà tres programes especials amb motiu de les eleccions presidencials d'aquest país.

miravé
CLÍNICA DENTAL

Deixa que et recordin
pel teu somriure

Promoció Especial

per a col·legiats, empleats del
Col·legi de Periodistes de Catalunya i familiars directes

Serveis Gratuïts:

- Visita (consulta i revisió)
- Ortodòncia (1a visita)
- Visita pròtesi
- Fluoració (infantil i adults)
- Radiografies intraorals
- Extracció de punts de sutura

Serveis per tan sols 20€:

- Extracció dental simple
- Visita d'urgències de dia
- Ortopantomografia
- Higiene dental (amb ultrasons i poliment final)

Fins al 25% de dte.:

- En la resta de tractaments en qualsevol especialitat

Miravé Travessera · Trav. de Gràcia, 71, baixos
Miravé Tuset · Tuset, 36, baixos - 08006 Barcelona · Tel. 93 217 68 89

També cita online a: www.clinicamirave.es Busca'ns al Facebook
@clinicamirave

Servei d'Urgències | 24 hores/365 dies l'any





Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals col·legiats.
Una altra és fer-ho:

Compte Expansió PRO.

T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat.*

0

comissions
d'administració
i manteniment.

+

3%

de devolució dels teus rebuts
domèstics principals, fins
a un màxim de 20 euros al mes.

+

Gratis

la targeta de crèdit i de dèbit.

+

Més de

1.300

oficines al teu servei.

Al cap i a la fi, som el banc de les millors empreses. O el que és el mateix,
el banc dels millors professionals: el teu.

Truca'ns al 902 383 666, organitzem una reunió i començem a treballar.

sabadellprofessional.com

*Fins a un màxim de 100 euros l'any.

El banc de les millors empreses. I el teu.



**Tots tenim alguna
cosa de sirena.**

Quan sortim d'un entorn segur,
la nostra salut se'n ressent.

Treballem per tornar la salut al seu lloc

Més de 32.000 professionals sanitaris al teu servei
i la major xarxa hospitalària privada d'Espanya amb la tecnologia més avançada.

901 10 10 10
asisa.es

asisa 



Patrocinador Oficial de l'Equip Nacional de Natació Sincronitzada