

# · C ·

CAPÇALERA

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA



## PERIODISME EN SOLITARI

Consells pràctics per als freelance  
enmig d'un context difícil

# 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, ...

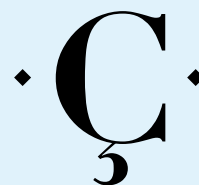
**Deixa't assessorar per nosaltres,  
sabem cuidar a la gent gran.**

 **GRUPMUTUAM**

Informa't al 902 555 667

[www.mutuam.com](http://www.mutuam.com)





**05** CARTA DEL DEGÀ  
CONTRA LA CRISI, MÉS PERIODISME  
TEXT Josep Maria Martí

**06** REPORTATGE  
EL RETRAT MÉS PRECÍS  
TEXT Eudald Coll  
FOTOS Vicente Pruna  
/Oriol Clavera

**12** REFLEXIÓ  
UN SALVAVIDES OPORTÚ  
TEXT Albert Montagut  
FOTO Vicente Pruna

**16** REPORTATGE  
LA FI DEL TOT GRATIS  
TEXT Lina María Aguirre-Jaramillo  
/Jordi Rovira  
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

**20** ENTREVISTA  
JOSÉ MARTÍ GÓMEZ  
TEXT Jordi Rovira  
FOTO Sergio Ruiz

**24** REPORTATGE  
INFOGRAFIA: ENTRE LA MODA  
I L'EVOLUCIÓ  
TEXT Nereïda Carrillo

**28** REPORTATGE  
EL VALOR DEL CONEIXEMENT  
TEXT Mar Calpena  
FOTOS Oriol Clavera

**32** REPORTATGE  
LA SÈRIETAT DE L'HUMOR  
TEXT Carme Escales

**36** REPORTATGE  
L'OBJECTIU APASSIONANT  
DE JOANA BIARNÉS  
TEXT Anna Galdón  
FOTOS Arxiu Joana Biarnés  
/Vicente Pruna

**42** DOSSIER  
CADA COP MÉS EXTERNALITZATS  
TEXT Lina María Aguirre-Jaramillo  
/Jordi Rovira  
FOTOS Dossier Sergio Ruiz

**48** DOSSIER  
ENTRE LA INDEPENDÈNCIA  
I LA INESTABILITAT  
TEXT Lali Sandiumenge

**52** DOSSIER  
EMPREDORS A LA FORÇA  
TEXT Joaquim Elcacho

**58** DOSSIER  
PREGUNTES, DUBTES I RESPOSTES  
TEXT Eudald Coll

**64** REPORTATGE  
ELS PUNTS NEGRES DE L'ÈTICA  
TEXT Marta Arbós

**68** REPORTATGE  
ARXIU CONTRA L'OBLLIT  
TEXT Xavier Martí

**74** REPORTATGE  
AMB ACCENT DEL NORD  
TEXT Maria Hornos  
FOTOS Roger Lleixà

**80** WEBS / LA XARXA  
Àlex Barnet

**82** LLIBRES  
Elena Serrano

**84** LA FOTO  
Guillermo Cervera

**86** OBITUARIS

**88** DIA A DIA  
Sara Masó

**98** COM ENS VEU...  
Enrique Bonet

REVISTA CAPÇALERA  
Núm. 159

**EDITOR** Col·legi de Periodistes de Catalunya  
**DIRECTOR** Jordi Rovira  
**CONSELL EDITORIAL** Ignasi Aragay, Neus Bonet, Núria de José, 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](mailto:comunicacio@periodistes.org)  
[www.periodistes.org](http://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  
Plaça Ramon Cabrera, 7, 1er · 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** Pilar Antillach, Ignasi Aragay, Jordi  
Basté, Anna Comas, Pilar Casanova, 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 Fuertes

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

*REDIS-  
SENYEM  
EL  
FUTUR*

REVISTA NOVA · SERVEIS NOUS · EINES NOVES



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

# CONTRA LA CRISI, MÉS PERIODISME



Benvolguts col·legiats i col·legiades. Definitivament, l'any 2012 no ha estat un bon any per a l'ofici de periodista. Diaris, revistes, emissores de ràdio, cadenes de televisió i mitjans digitals s'han vist obligats a tancar o prescindir de bona part de les seves plantilles. A les dificultats econòmiques generals i a aquelles que travessa concretament el sector informatiu, s'afegeixen altres factors negatius com la caiguda de la publicitat o el canvi de model propiciat per la digitalització. Cada dia es difonen taules, gràfics i interpretacions que, amb to apocalíptic, s'acarnissen amb el deteriorament del periodisme i la comunicació.

Aquesta precària situació, però sobretot la ferma voluntat de trobar sortides als centenars de periodistes aturats, ha desencadenat diverses iniciatives del Col·legi de Periodistes per trobar-hi solucions. Una d'aquestes ha estat impulsar la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació al voltant de la qual hi ha els principals representants del sector i que treballa a bon ritme per oferir aviat solucions consensuades a la situació.

## LA PRECÀRIA SITUACIÓ DE LA PROFESSIÓ I ELS CENTENARS D'ATURATS HAN DESENCADENAT INICIATIVES PER TROBAR-HI SOLUCIONS

Tanmateix, des del Col·legi de Periodistes, també s'ha volgut avaluar l'oferta dels cursos del Centre de Formació i Desenvolupament. Tot i que la valoració dels usuaris és més que notable, s'ha encarregat un estudi que fa una diagnosi de la professió periodística i assenjala les tendències dels futurs àmbits professionals. Un informe que, sota el títol "Nínxols d'ocupació per a periodistes; crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació", identifica els clarobscur del mercat laboral. En aquest número de la revista CAPÇALERA, trobareu un ampli resum dels aspectes més importants que, en definitiva, avalen la política

formativa que ara fa un any va engegar el Col·legi de Periodistes. En aquest període, més de 2.500 alumnes han participat dels 65 cursos programats, dels quals 1.590 places van ser gratuïtes per als col·legiats i col·legiades en situació d'atur. La borsa de treball, que va gestionar prop de 200 ofertes i els serveis d'assessorament

professional han estat altres eines que des del Col·legi hem impulsat per fer front a la difícil situació del periodisme.

Com assenjala l'informe, més de 3.000 registrats al Servei d'Ocupació de Catalunya (soc) busquen feina en l'àmbit de la comunicació com a primera opció i l'emprenedoria i l'autoocupació es presenta com una de les solucions a la complicada situació. Precisament, en l'àmbit de l'emprenedoria, el Col·legi de Periodistes hi està

apostant fort, ja que cada cop són més els col·legiats i col·legiades que ens demanen de quina manera i amb quins requisits es poden fer autònoms.

En aquest número, trobareu eines útils per conèixer les passes que cal seguir i els consells que ens donen els assessors i alhora descobrireu casos pràctics de companys i companyes que se n'han sortit apostant per l'autoocupació. Ens trobem, doncs, en un moment de certa desorientació, la pròpia de l'ofici i l'econòmica que afecta el vigent model de negoci. Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya, però, treballem intensament per l'ofici tenint molt present que, contra la crisi, més periodisme!

Ben cordialment,

**J. M. Martí**

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya



Foto: Oriol Clavera

# EL RETRAT MÉS PRECÍS

Un estudi diagnòstic de la delicada situació de la professió i apunta els futurs nínxols professionals

**Realista, documentat i crític. Així és l'estudi que es va presentar a final de febrer i que és el fruit de quatre mesos de feina d'un equip liderat per Josep Lluís Micó. Tot un diagnòstic que ha de permetre afrontar amb garanties la lluita contra l'atur en uns moments molts durs per a la professió periodística.**

TEXT EUDALD COLL



El Col·legi de Periodistes ja disposa d'un primer diagnòstic de l'estat de la professió. Quan, el passat juliol, es va presentar l'acord amb el Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) per impulsar un pla estratègic de formació i ocupació, ja es va assenyalar que calia informació més precisa per abordar un pla d'actuació que permeti lluitar contra l'atur en el sector amb més garanties.

Per això, a l'estiu passat, es va encarregar un estudi que permetés identificar els claroscurs del mercat laboral. L'encàrrec va recaure en Digilab. Media, strategy and Regulation de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull), sota la direcció de Josep Lluís Micó, director del grau de Periodisme.

Des del mateix moment en què van rebre l'encàrrec, un grup de cinc persones de perfils diversos dirigit per Micó va començar a treballar-hi. En total, han estat quasi quatre mesos de feina durant els quals han recopilat dades de tot tipus

## L'INFORME, FRUIT DE QUATRE MESOS DE FEINA, APORTA NOVETATS INTERESSANTS I CONSTATA ASPECTES QUE JA S'INTUÏEN

i han fet una cinquantena d'entrevistes en profunditat a diferents professionals del sector, als responsables de les dotze universitats que ofereixen estudis de Periodisme i a corresponsals estrangers. També han rastrejat material a escala internacional.

El resultat de tot plegat és un estudi que porta per títol *Anàlisi de l'estat actual de la professió periodística a Catalunya, oportunitats en el sector i necessitats de formació* i que va ser presentat en públic el passat 20 de febrer. L'informe recull en una setantena de pàgines l'estat actual de la professió, així com les diferents possibles sortides professionals de futur. Tal com estava previst, el treball aporta força dades a tenir en compte. “És un informe amb novetats

interessants i constatacions que fins ara s'havien intuït”, afirma Josep Lluís Micó.

### MASSA UNIVERSITATS

L'informe comença parlant dels estudis universitaris i recorda que cada any a Catalunya hi ha uns 545 nous titulats de Periodisme. Un increment que s'entén per l'augment de l'oferta. Els anys 2009-2010 hi havia set universitats catalanes que els oferien –tres més que l'any 2000– i va seguir creixent amb el nou grau de Comunicació de la UOC. Així, mentre que l'any 2000 hi havia 1.245 estudiants de Periodisme, el 2010 ja n'eren 2.532. Els responsables dels estudis universitaris han admès als autors de l'informe que l'oferta és excessiva. “Si es parla de periodistes, sí, és excessiu, però si es parla de comunicadors, doncs no”, puntualitzen.

Amb tot, tal com s'hi expressa, l'increment progressiu d'estudiants ha vingut acompanyat d'una disminució del grau d'inserció laboral dels titulats al llarg de l'última dècada. “És a dir, que aquest augment de places als estudis de Periodisme no responia a les necessitats de la realitat social i empresarial”, assegura l'informe.

L'estudi també explica com des de les facultats s'apunten els mitjans de comunicació tradicionals com a espais on inserir els nous graduats, quan en realitat aquest subsector està tancat des de 2009, segons admeten els directors de grau de Periodisme i els responsables de les borses de treball. “Les facultats de Periodisme encara anuncien la feina de redactor de continguts per a mitjans tradicionals com a primera opció, tot i que són conscients que la indústria està canviant i que el mercat cada cop més busca comunicadors, més que no pas periodistes convencionals”, s'afirma. “Des de les borses de treball –prosegueix l'informe– s'assenyala

que la distorsió entre la teoria i la realitat genera frustració entre els graduats, principalment entre aquells que només entenen la carrera com una via d'accés als mitjans clàssics”.

### BAIXA INSERCIÓ

Les dades d'inserció laboral dels estudiants també reflecteixen els problemes de l'ocupació en el sector. Segons l'Enquesta d'Inserció Laboral de l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, un 92,3% dels graduats de la promoció 2003-04 estaven ocupats, però des de llavors la tendència és a la baixa. Per a tota aquesta conjuntura, l'informe assenya la que “s'hauria de prestar atenció a altres perfils i sectors emergents, la majoria relacionats amb el terreny digital, la comunicació corporativa i les relacions públiques”.

L'informe –que deixa clar que la formació complementària de màsters i postgraus està molt menys valorada que les pràctiques a les empreses– també critica algunes carencies dels més novells: “Les principals mancances detectades pels caps i responsables jeràrquics tenen a veure amb qüestions intangibles, de fons, pròpies dels trets constitutius de l'ofici: manca de curiositat, escassa iniciativa, poca cultura general i, sobretot, una desorientació preocupant pel que fa al seguiment de l'actualitat i a la funció social del periodista”. A aquests greuges, s'hi afegeix que sovint en tinguin prou amb les dades que troben a la Xarxa, la incapacitat a l'hora de discriminar les informacions certes de les falses que corren per Internet, així com deficiències en l'escriptura, degut a la manca de l'hàbit de llegir. Tal com apunta l'informe, el poc interès per seguir els mitjans de comunicació, fins i tot els propis, desconcerta els experts.

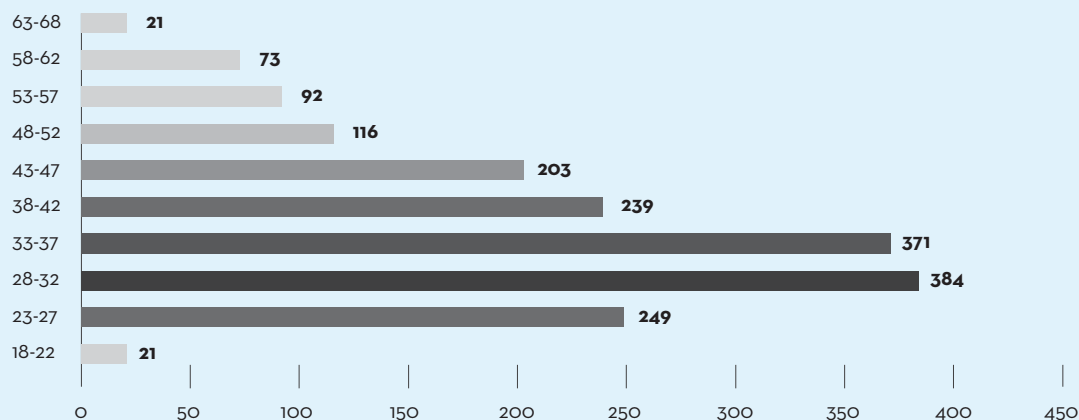
En aquest sentit, Micó aposta per trobar un equilibri entre els periodistes de certa edat (“que necessàriament s'ha de reciclar des del punt de vista tecnològic i que no aniria malament que ho fessin



## PERFIS DELS SOL·LICITANTS DE FEINA INSCRITS AL SOC

Font: SOC. Gràfics, elaboració pròpia

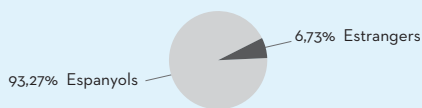
Distribució per edat (en anys)



Distribució per sexe



Distribució per nacionalitat



Distribució segons situació laboral



en idiomes”) i els més joves (“caldría que les facultats enfortissin el component intel·lectual”).

### DADES PRECUPANTS

L'informe apunta que, segons les dades del Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC), en el moment de finalitzar l'informe hi havia 1.769 periodistes buscant feina, dels quals 1.510 són a l'atur. També detalla que, independentment de la formació, hi ha més de 3.000 persones registrades al SOC que busquen feina en el camp de la comunicació com a primera opció. I s'ha de tenir en compte aquells que no hi estan registrats.

El perfil del periodista sense feina a Catalunya és el d'una dona que té entre 28 i 37 anys, viu a la demarcació de Barcelona i té experiència. D'altra banda, una altra de les dades de l'informe és que les feines

més demanades pels periodistes registrats al SOC són la de redactor de premsa, ràdio i televisió, seguida d'empleat administratiu, corrector d'editorial, locutor de ràdio i televisió, així com director de gabinet de premsa.

La situació, doncs, és molt delicada. Només el 2012 s'han destruït més de 3.670 llocs de treball, i s'esperen més ERO per

### SEGONS LES DADES DEL SOC, HI HA 1.769 PERIODISTES CATALANS BUSCANT FEINA, DELS QUALS 1.510 SÓN A L'ATUR

als propers mesos. Gairebé un 50% dels acomiadaments de periodistes dels darrers quatre anys —8.300 des de 2008— s'han executat el 2012. I les previsibles fusions de grups empresarials encara podrien em-

pitjorar la situació. Segons la FAPE, només en els mitjans escrits, 6.271 periodistes van perdre la feina entre 2008 i 2012 a l'Estat. Per la seva part, en les ràdios privades, tal com s'explica a l'últim informe de l'Associació Catalana de la Ràdio, l'índex d'ocupació ha caigut un 30% des de 2008.

D'altra banda, els autors de l'estudi assenyalen que la televisió “encara no ha patit la sotragada més forta derivada del procés massiu de digitalització, no tant en la producció —això ja està ben assimilat—, sinó en la recepció i la redistribució dels continguts”.

En qüestió de gènere, l'informe apunta que les dones surten més malparades: un 58,28% dels registrats al SOC que busquen



## ELS PERFILS PROFESSIONALS EMERGENTS



L'Informe detalla alguns dels nínxols professionals del futur. Tots estan allunyats dels mitjans convencionals i, la majoria, s'inclouen en el paradigma digital o en l'àmbit genèric de la comunicació. En alguns casos, la crisi farà que s'implantin tard i en d'altres es tracta d'àmbits que limiten amb el periodisme. Tal com admet Micó, "algunes propostes són minoritàries, encara que tenen una raó de ser". A continuació, resumim alguns dels que s'hi detallen:

### FIRMES ESPECIALITZADES

Segons l'informe, el mercat valora l'especialització temàtica, "com un factor clau de diferenciació i competitivitat professionals". Es preveu un futur amb empreses que oferiran productes d'informació o entreteniment –o ambdues coses– dirigits a col·lectius concrets: advocats, amants de la gastronomia, etc. L'informe apunta que als Estats Units, "ja es parla de *boutiques*, petites firmes de comunicació formades per pocs professionals molt focalitzades en una àrea".

### CONTINGUTS PER PUBLICITAT

Els professionals de la informació poden tenir un paper en un sector publicitari que està en ple procés de reinvençió. Els autors de l'Informe auguren un augment de productes com els publireportatges i variants més sofisticades, elaborats per periodistes, "experts en el processament i elaboració de continguts".

### PERIODISME DE DADES

Una de les àrees més prometedores és la dels dispositius mòbils. Internet compta amb milions de dades, una matèria prima que pot popularitzar el periodisme de dades que ja té cert recorregut als Estats Units i que s'està

començant a assajar a Catalunya. L'Informe preveu la creació de petites companyies proveïdores de continguts als mitjans convencionals.

### COMUNICACIÓ PER A PIMES

Les empreses saben que és imprescindible fer-se visibles i ser singulars en un oceà de milions d'emissors. Els periodistes poden ajudar-les. Algunes organitzacions de reduïdes dimensions ofereixen una comunicació integral a petites i mitjanes empreses que no disposen de cap departament que ho faci.

### AUXILIARS DE SERVEIS

L'informe vaticina la creació d'empreses auxiliars de serveis, necessàries per compensar les abundants necessitats de companyies tradicionals amb estructures cada cop més primes. Són firmes petites amb professionals polivalents, amb aptituds imprescindibles per produir i/o gestionar la cobertura d'esdeveniments, el material gràfic, la correcció i la traducció de textos, etc.

### FORMADORS

"Les noves oportunitats laborals –apunta l'estudi– motiven que determinats periodistes puguin organitzar-se i presentar-se com a formadors de col·legues, d'agents empresarials o polítics, etc. en matèries com les noves tecnologies o la comunicació en un sentit molt ampli. La comunicació és un valor a l'alça".

### CONFERENCIANTS

Els periodistes que viuen de conferències és una tendència internacional, tot i que de difícil introducció a Catalunya per les dimensions del mercat. Aquesta sortida es planteja més com un complement esporàdic.

### ESPECIALISTES EN ANALÍTICA WEB

L'informe assegura que moltes tasques que als mitjans fan informàtics, enginyers o físics podrien assumir-les els periodistes, com la dels especialistes en analítica web (encarregats de recopilar i avaluar les dades d'Internet) perquè resultaria més eficient complementar la formació de periodistes i que fos competència seva. El mateix passaria amb els que posicionen el mitjà als motors de cerca de la Xarxa.

### COMUNICACIÓ CORPORATIVA LOCAL

Els experts observen "la necessitat d'aprofundir en la comunicació corporativa local. És a dir, des del seu punt de vista qualificat, cal preparar professionals que, a més de ser competents, dominin la comunicació de proximitat. I més tenint en compte la riquesa d'aquest panorama local i comarcal a Catalunya".

### COMUNICACIÓ CULTURAL

Segons l'informe, determinades indústries culturals (com la discogràfica o dels videojocs) no estan associades a estudis universitaris que els proporcionin mà d'obra formada, així que moltes tasques vinculades a la comunicació són exercides amb més voluntat que resultats. Els periodistes podrien fer-ho.

### MÀRQUETING DIGITAL

Activitats com el màrqueting digital o el turisme cultural figuren en les ocupacions amb més futur. Segons l'informe, aquests treballs tard o d'hora donaran feina a periodistes. La vessant comunicativa de les dues activitats és indubtable".

## MÉS DE TOT

L'informe apunta les característiques bàsiques dels professionals de la informació que es demanen al mercat actual.

### MÉS VERSATILITAT

L'estudi recalca que "tant si treballa en un mitjà convencional com si ho fa en un gabinet de comunicació, el nou perfil del periodista avança cap a una major polivalència", tot i que això no implica la desaparició dels redactors especialitzats.

### MÉS IDIOMES

A part de les competències clàssiques, ara cal afegir el domini de l'anglès -i, si és possible, d'altres idiomes. "En realitat, -apunta l'informe- el coneixement de l'anglès ha deixat de ser un valor afegit, com sí que ho serien el fet de parlar i llegir alemany, rus, francès, àrab o xinès, llengües que obren portes a contextos informativament propers i altament productius".

### MÉS FORMACIÓ

Pràcticament tots els experts consultats per l'estudi, independentment del lloc que ocupen en les seves organitzacions, subratllen la importància de la formació continuada per al personal.

### MÉS AUTOOCUPACIÓ

L'estudi també apunta que "quan l'economia es desbloquegi, el Web s'acabarà de consolidar com una plataforma potent per a la publicitat i, per extensió, perquè els mitjans informatius -i altres serveis associats- funcionin com a negocis amb autonomia". L'autoocupació -individual o cooperativa- permetrà tirar endavant projectes periodístics digitals "que no es podrien edificar de cap altra manera".

### MÉS MICROMECEMATGE

Cada cop hi ha més iniciatives sustentades en el *crowdfunding*, el micromece-  
natge basat en aportacions individuals. "Molts especialistes en comunicació -diu l'informe- creuen que el periodisme d'investigació independent haurà de recórrer cada vegada més a aquests models de finançament". El problema és la manca d'una cultura de pagament per la informació en línia.

feina són dones. I més d'un 60% dels estudiants de Periodisme, també. Per contra, un 59% dels treballadors són homes.

Un altre aspecte a tenir en compte en aquest diagnòstic és l'augment de la precarietat. Segons dades de la Federació de Sindicats de Periodistes, el 2011, un 62% del total dels treballadors del sector admet haver patit una reducció de sou,

mentre que un 77% dels professionals de la informació considera que la seva situació laboral és precària.

Aquestes dades conviden al pessimisme, encara que els autors de l'estudi no cauen en la desesperança. "I és que, malgrat tot, hi ha vies que conviden a tenir un cert optimisme de cara al futur. No tot són dades negatives d'atur. Més enllà del

món dels mitjans, hi ha un sector que fins i tot en temps de crisi crea llocs de treball: és el de la interactivitat i altres feines relacionades amb el món del Web". Segons l'informe, la transició cap al món digital està augmentant la demanda de professionals relacionats amb la conversió de documents des del paper, feines de correcció, de disseny, màrqueting digital, de redacció i elaboració d'articles, etc.

Tot i això, l'informe adverteix de "la paradoxa del periodista impossible: el representant del perfil ideal ha de saber diverses llengües, ser preferentment nadiu digital, però alhora acumular una gran experiència i comptar amb les aptituds multimèdia i polivalents que reclama el mercat. En fi, impossible".

## NOVES FEINES

L'informe també apunta que la contracció de les estructures dels mitjans, lligada al procés de digitalització, redefinirà les funcions en les redaccions, sobretot en la premsa. "Figures com fotògrafs, documentalistes, corresponsals a l'estranger, secretaris de redacció, maquetadors o els correctors lingüístics corren un seriós risc d'extinció per la confluència de causes econòmiques i de transformacions associades al model tecnològic. Es preveu que a curt termini puguin mantenir-se, en el millor dels casos, a les grans empreses, on aportaran valor afegit", afirma. I és que sovint en alguns mitjans aquestes feines ja les assumeixen els redactors.

El que queda molt clar és que el futur està lluny de les redaccions tradicionals. "La comunicació corporativa i les activitats que s'hi associen, incloent-hi la gestió de l'entorn 2.0 a través de figures com el *community manager*, el *social media manager* i altres similars amb atribucions pràcticament coincidents, s'han erigit en una de les grans esperances per als periodistes que han buscat feina en els últims anys. Les possibilitats d'entrar a treballar en un mitjà convencional han minvat dràsticament, gairebé en paral·lel a l'interès creixent

## LA BARRERA IDIOMÀTICA

Marxar a l'estranger és una opció davant la crisi. Des de les borses de treball de les universitats admeten que el nombre de graduats que marxen augmenta any rere any. L'Informe, però, mostra escepticisme amb aquesta opció: "no es pot oblidar que, a diferència del que passa en altres sectors, en el món de la comunicació i del periodisme, el grau d'exigència en el domini de l'idioma és màxim". L'estudi aclareix que, "si no es té un gran domini de l'anglès, les possibilitats de treballar a l'estranger es redueixen dràsticament. Es podria trobar feina, per exemple, en països de l'Amèrica Llatina, on no hi ha aquesta barrera. Tot i així, en general, el seu mercat és més precari que el català, fins i tot a nacions emergents com el Brasil". Així doncs, com recalca Micó, "per treballar a l'estranger la barrera de l'idioma és molt greu". Per països, a França la situació no és bona, si bé l'accés a la professió és menys complicat perquè tan sols hi ha tretze escoles, cosa que limita el nombre de graduats; a la Gran Bretanya, tampoc no hi ha tants alumnes com aquí; mentre que, al centre d'Europa, es viu un increment dels col·laboradors que cobren a tant la peça. Una modalitat que, a França, es pot compatibilitzar amb un subsidi d'atur parcial.

per la comunicació en totes les esferes, indústries i entorns del present", afirma.

L'informe també detalla alguns dels nínxols professionals que poden generar nous llocs de treball (vegeu desglossament), com el periodista de dades, per exemple. Algunes d'aquestes ocupacions ja s'estan donant a l'estranger, però en canvi no han arribat encara aquí. "Hi ha



L'informe analitza la situació d'una professió castigada per unes altes taxes d'atur. Foto: Vicente Pruna.

un enorme divorci —explica Micó— entre el que es diu en el món acadèmic i les tendències a escala internacional, i, d'altra banda, el que hi ha a casa nostra. A nivell internacional, hi ha noves opcions laborals que aquí no tenen en absolut implantació, perquè els mitjans no se les poden permetre. Els ho preguntes i quasi resulta còmic, perquè ho veuen com un luxe. Per tant, s'haurà d'esperar".

## L'INFORME PERMETRÀ ORGANITZAR CURSOS DE RECICLATGE PROFESSIONAL BASANT-SE EN LES NECESSITATS REALS DEL MERCAT

En el que sí que coincideix tothom és en el valor de la polivalència: "Treballi on treballi, el professional de la informació actual ha de complir amb una sèrie d'obligacions més extensa i abundant que en cap altre moment".

L'informe també conclou que "l'emprenedoria es presenta com una solució, si més no parcial, a la complicada

situació que travessen múltiples sectors, entre aquests, el del periodisme. Sens dubte, el potencial de l'autoocupació és superior ara que en èpoques anteriors, per exemple, abans de l'eclosió digital".

Així doncs, el treball de l'equip que ha liderat Micó es presenta com un diagnòstic serè i documentat que no defuig la duresa de les dades ni decau

en un pessimisme autocompassiu.

Aquest extens treball es convertirà, a partir d'ara, en la base del pla estratègic que permetrà al Col·legi

de Periodistes poder desenvolupar unes línies de treball per lluitar de manera més eficaç contra la desocupació. D'altra banda, també confirma que l'oferta formativa presentada fins ara pel Centre de Formació i Desenvolupament ha estat encertada i alhora l'orienta per millorar la política de cursos que oferirà en un futur immediat, basada en les necessitats reals detectades en el mercat laboral. Ç

# UN SALVAVIDES OPORTÚ

Internet és la plataforma perfecta per recuperar el periodisme

TEXT ALBERT MONTAGUT

**El passat 11 de desembre, el Col·legi de Periodistes va celebrar una master class a càrrec d'Albert Montagut, en què va tractar sobre la transformació del periodisme, aspecte que aborda al llibre *NewPaper. Cómo la revolución digital transforma la Prensa* (Deusto, 2012). En aquest article, Montagut reflexiona sobre el canvi sense precedents que està vivint la professió.**

Sempre he distingit entre la informació i el periodisme. La informació és per a mi l'imprescindible flux de notícies que els mitjans subministren als ciutadans a través de qualsevol canal, ja siguin diaris, revistes, televisió, ràdio o mitjans en línia. El periodisme és... una altra cosa.

El periodisme és un pas que va més enllà de la informació, és el plus que el professional afegeix a la notícia que li arriba breument, de vegades en forma d'un simple titular o d'una informació interessada. El periodisme és el plus que permet apropar-nos a la notícia de la qual informarem i, més important, és el plus que hem de facilitar al lector, les claus de la notícia que llegirà, el mètode que hem d'utilitzar perquè entengui el que ocorre en tota l'amplitud, sense ambigüitats, de manera rigorosa i entretinguda. Aquest és per a mi el significat bàsic del "Periodisme" (a partir d'ara, amb majúscules).

Res ni ningú en la història del que coneixem com a Periodisme ha tingut un major efecte o impacte en l'essència d'aquesta professió com l'aparició d'Internet. És evident que existeix un abans i un després de la primera impremta, de l'arribada de la fotografia, del *hueco* i de l'offset, del color o dels nous formats de premsa compacta, però res ha estat tan determinant per a la nostra professió o forma de vida com l'arribada d'Internet i la seva *world wide web*.

Internet va arribar als nostres diaris molt ràpid. El 1994, precisament quan els grans de la premsa nord-americana començaven a caminar en aquest nou escenari, *El Periódico* de Catalunya va ser el primer a penjar BBS (Bulletin Board System) a la Xarxa. Però seria l'*Avui* qui va obrir el primer web d'un diari del nostre país, el 23 d'abril de 1995, amb l'<http://.avui.datalab.es>. Poques

setmanes després, *La Vanguardia* s'avançaria a *El Periódico* amb la seva pròpia plataforma digital i, a l'octubre, *El Mundo del Siglo XXI* va llançar el seu web, set mesos abans que ho fes *El País*.

El fet que fossin els diaris catalans els que prenguessin la iniciativa al món en línia és degut al gran treball de camp que havien realitzat les nostres universitats (UB, UAB i UPC) durant la dècada prèvia, així com per l'important esforç en inversions dutes a terme a Catalunya en aquest sector. Un esforç que no només resultaria

## EL DEBAT ENTRE MITJANS IMPRESOS EN LÍNIA S'HA MANTINGUT DURANT DISSET ANYS SENSE FÓRMULES DE NEGOCIS NI ESQUEMES DE TREBALL REEIXITS

estratègic, sinó que s'acabaria convertint en el generador de canvi social més important de la història de la nostra civilització.

Vam ser els primers a arribar, si bé aquest factor no va ser suficient. Perquè la pèrdua de lideratge dels diaris catalans en el panorama estatal també s'hauria de buscar, entre altres consideracions de tipus polític, social i professional, en la lentitud del desenvolupament de l'eina d'Internet.

## NOVES TENDÈNCIES

Des que Internet va arribar a les redaccions, els mitjans en línia s'han caracteritzat per ser motors informatius, fàbriques de titulars, centres d'emissió de notícies amb redaccions on el "talla i enganxa" i la joventut dels components han desplaçat la idea del Periodisme, així com la figura del periodista. També s'han



Albert Montagut, durant un moment de la seva intervenció a la *master class* que va tenir lloc al Col·legi de Periodistes. Foto: Vicente Pruna.

caracteritzat per convertir-se en tremendes màquines de perdre diners i en propagadors de rumors o notícies no confirmades, i, com no, en obligada visita al llarg del dia o en les hores prèvies al descans nocturn.

El debat entre els mitjans impresos (als quals denominarem *print*) i els en línia s'ha mantingut durant els últims disset anys sense haver aconseguit fórmules de negocis ni esquemes de treball reeixits. Després de tots aquests anys, el panorama és el de redaccions paral·leles, les informacions i línies editorials disperses, la confrontació entre les velles i les noves escoles, els milions d'euros gastats inútilment i la sortida de les redaccions dels professionals més veterans, els denominats "sèniors", per donar pas a joves informadors de baix cost salarial.

La irrupció en l'escenari comunicatiu de l'efecte Internet, l'esdeveniment més important del món editorial des de l'aparició de la primera impremta, no ha provocat en els mitjans escrits –en els diaris, per ser més específics– l'efecte i la reacció més coherent que calia esperar, que no hagués estat una altra que la d'un fort impuls del concepte del Periodisme, tal com entenem la majoria dels professionals que hem viscut els anys de la convergència entre el *print* i l'*en línia*.

Els mitjans en línia han vingut per quedar-se i mentre el propi mercat, el model de negoci i la infraestructura que promou la Xarxa, ja sigui des del punt de vista maquinari o programari, es vagi definint, els professionals no hem d'abandonar el debat que, en aquest moment de canvi, en aquesta transformació, en aquesta convergència entre els dos mons, el Periodisme ha de prevaler.



### LA PRIMERA MASTER CLASS, EXITOSA

Albert Montagut va ser el protagonista de la primera *master class* organitzada pel Centre de Formació del Col·legi de Periodistes. Concretament, va tenir lloc el passat 11 de desembre a la seu de l'entitat amb el títol "NewPaper: la premsa i la revolució digital". A la *master class* van assistir una quarantena de persones, fet que reforça encara més la intenció del Col·legi d'apostar per aquest model d'acte.

Durant els últims anys, els grans mitjans del país han vist com moltes de les figures periodístiques havien d'abandonar els llocs per culpa de les reestructuracions o del tancament dels mitjans. S'ha establert la idea, fomentada per molts gurus, que els majors de cinquanta anys no tenen cabuda al nou món en línia, o que professionals que no tenen un compte de Twitter no estan capacitats per seguir en una redacció.

Les noves tendències del Periodisme en línia nord-americà demostren que aquesta constatació no és del tot certa. L'en línia, així com les xarxes socials, afavoreixen molt el paper del periodista, però no ho impossibiliten.

El 2012, l'exitós *The Huffington Post* va aconseguir el primer premi Pulitzer d'un mitjà en línia pels reportatges de David Wood sobre la recuperació física, psíquica i social dels soldats nord-americans ferits en combat a l'Iraq i l'Afganistan (*Beyond the Battlefield. Rebuilding wounded warriors*, Més enllà del camp de batalla. Reconstruint guerrers ferits).

## ELS MITJANS EN LÍNIA S'HAN CARACTERITZAT PER SER MOTORS INFORMATIUS, PERÒ TAMBÉ MÀQUINES DE PERDRE DINERS I PROPAGADORS DE RUMORS

Es dona la circumstància que Wood, un veterà periodista format a *Time*, *The Washington Star* i *Baltimore Sun*, tenia seixanta-sis anys quan va rebre el guardó. Un sènior treballant com a reporter en un mitjà en línia com el *Huffington Post*? I per què no?

Uns dies abans d'escriure aquestes línies, el web de *The New York Times* obria la seva pàgina inicial –per primera vegada que jo recordi– amb un més que excel·lent reportatge (*Snow Fall*, Neu Caiguda) signat per John Branch, en el qual s'explicava, a través de sis lliuraments, com setze esquiadors altament entrenats havien perdut la vida en un deversall en les Cowboy Mountains a l'estat de Washington. La neu es va convertir de sobte en el seu enemic mortal. L'autor del reportatge, que va utilitzar tots els mitjans a l'abast (text, vídeo i àudio) va desplaçar amb la història totes les notícies del moment i va obligar els dissenyadors del lloc web del *Times* a crear una nova estructura que donés relleu a l'aposta editorial per a aquell reportatge. Jo vaig captar en el meu iPad aquella imatge com un exemple del que hem de fer, del camí que hem de seguir.

El món en línia no està barallat amb el Periodisme. Han estat els editors els qui han comès l'error de prescindir dels millors reporters i han estat els reporters els qui, erròniament, han arraconat el reporterisme. És un deure dels professionals tornar a practicar-lo, sigui en les condicions que sigui, i sense faltar a la veritat. L'actual crisi ens ha afectat, ens afecta i ens afectarà, tot i així, està en la

## VETERÀ I POLIVALENT

Albert Montagut és un periodista de dilatada trajectòria. Actualment, treballa a Bertelsmann i és autor de *NewPaper. Cómo la revolución digital transforma la Prensa*, (Deusto, 2012), i *Fe de Errores. Una historia de periodistas* (Temas de Hoy, 2009). Ha estat reporter d'Esports a Catalunya Express i de Successos a *El Periódico*, corresponsal d'*El País* a Washington, director adjunt d'*El Mundo*, director fundacional d'aquest diari a Catalunya, director adjunt d'*El Periódico* i director d'*ADN*. Se'l pot sentir a RAC 1 i Onda Cero. També és professor associat de Facultat de Comunicació de la UPF.

capacitat, la il·lusió i la determinació dels professionals el fet de mantenir viva la flama de la professió. El món en línia no tanca les portes al Periodisme, som nosaltres que les hem tancades. És hora d'obrir-les i mirar al present, de cara, i desafiar-lo amb bons reportatges.

## L'OPCIÓ DEL BLOC

El món en línia ofereix grans avantatges per als periodistes senyors i, evidentment per als més joves. Bill Keller, director del *The New York Times* entre 2003 i 2011, advoca pels blocs com una plataforma perfecta per lluitar contra l'adversitat laboral o la seva difícil accessibilitat. Keller creu que especialitzant-se en un àrea en concret qualsevol professional pot aconseguir una posició de privilegi en el món de la comunicació. Segons aquest gran periodista, les xarxes socials juguen un paper estratègic increïble i brinden l'oportunitat que han bloquejat molts mitjans amb les reduccions de personal. Les opinions de Keller em van impactar, certament. I amb el pas del temps vaig pensar molt en les seves reflexions. I avui, si mirem cap al nostre escenari mediàtic ens trobarem amb molts casos de periodistes que han triat els blocs com una plataforma perfecta per a les seves necessitats i possibilitats professionals.

Exemples? No un sinó tres. I de tres generacions diferents. José Antonio Zarzalejos és un dels periodistes més reconeguts del nostre país i exdirector d'*ABC*, té cinquanta-vuit anys i ha trobat un mitjà increïble per comunicar: un bloc en el web *Elconfidencial.com*. Va ser des d'aquesta plataforma que va llançar, fa un any, el seu article "Historia de cómo la Corona ha entrado en barrena", una crítica sobre la família reial espanyola que va tenir a la Xarxa una repercussió increïble.

Mikel López Iturriaga, un periodista de quaranta-cinc anys -amb el qual vaig tenir el plaer de treballar en dues etapes diferents de

*Diarioadn.es* i *Adn.es*- va optar per una oportunitat a Internet que li va possibilitar dur a terme un dels somnis de la seva vida: escriure i parlar sobre temes gastronòmics. El seu bloc *El comidista* a *El País* és un dels més llegits del nostre país.

Núria Vázquez, les més jove dels tres, té vint-i-vuit anys. Va treballar a *Público* i quan van reduir la plantilla va recalar a *ADN*. Després del tancament del diari de Planeta, Vázquez va engegar el bloc *Reportalismo callejero*. Des de la seva pàgina web, explica el que passa al món dels successos a Barcelona. El passat estiu, RAC 105 va contractar-la durant unes setmanes. I hi ha molts altres exemples. I per què no intentar-ho mentre seguim en aquesta travessia del desert en què s'ha convertit la crisi?

El món 100% en línia, una altra de les grans preocupacions professionals, arribarà de manera esgraonada. El pas definitiu a les versions en línia dependrà en cada cas i mitjà de comunicació de múltiples circumstàncies com el compte de resultats, el nivell

## ELS EDITORS HAN COMÈS L'ERROR DE PRESCINDIR DELS SEUS MILLORS REPORTERS I ELS REPORTERS HAN ARRAÇONAT EL REPORTERISME

cultural dels lectors, l'accés dels clients a les eines en línia més bàsiques, el desenvolupament mateix de la Xarxa, la velocitat, el cost d'Internet, l'evolució del mercat publicitari...

És evident que no podem esperar aquest canvi sense fer res o discutint cada dia sobre l'efecte d'Internet en el nostre treball. Cal aprofitar l'oportunitat per reciclar-se i seguir fent, en les noves plataformes, allò que la societat ens demana: Periodisme. I les noves tecnologies agrairan que ho fem amb meticulositat, independència, objectivitat, profunditat i compromís social, com en les dues dècades anteriors. Ç

Més informació a:

Article "Historia de cómo la Corona entró en barrena", de José Antonio Zarzalejos a *Elconfidencial.com* (<http://www.elconfidencial.com/opinion/notebook/2012/04/15/historia-de-como-la-corona-ha-entrado-en-barrena-9048>)

Bloc *Reportalismo callejero*, de Núria Vázquez (<http://reporterismocallejero.blogspot.com.es>)

Bloc de Mikel López Iturriaga (<http://blogs.elpais.com/el-comidista>)

+ info

# LA FI DEL TOT GRATIS

Cada cop s'imposa més l'alternança als diaris digitals  
de notícies gratuïtes i de pagament

TEXT LINA MARÍA AGUIRRE-JARAMILLO / JORDI ROVIRA  
IL·LUSTRACIÓ FRANCESCO CUSUMANO

NI

BUY





**En els darrers anys, diferents experiències assenyalen els sistemes de pagament digital com a alternatives viables per bona part de la premsa, amb “murs porosos” que comencen a donar resultats positius i altres que es preveuen que comencin a funcionar al llarg d’aquest 2013. Cada cop més, els mitjans aposten per separar l’oferta d’informació gratuïta en línia amb continguts de qualitat de pagament. Serà finalment la fórmula tan buscada?**

El 23 de desembre, va tenir lloc a Twitter un debat intens, iniciat per Mathew Ingram, reconegut periodista i analista de tecnologia i mitjans, i un dels escriptors seniors de GigaOM, un dels blocs més prestigiosos en l'àmbit de la innovació tecnològica: “Funcionen els murs de pagament, també anomenats ‘peatges’ en línia per a la premsa?”. Ràpidament, la piulada va atraure la participació de periodistes del mitjà en línia All Things Digital, del *Wall Street Journal*, d'un ex-director del Dow Jones, del president del portal BuzzFeed, del degà de l'Escola de Periodisme de la Universitat de Columbia i altres noms respectats en aquest camp.

A part de la primera conclusió, —els tecnòfils no desconnecten ni el diumenge abans de Nadal— el debat va mostrar com, tot i que les diferents postures enfrontades entorn els murs de pagament (*paywalls*), el discurs s'està renovant després d'un temps en què predominà el de la gratuïtat total, que defensaven Arianna Huffington (*Huffington Post*, AOL) o Jeff Jarvis (*The Buzz Machine*), entre altres.

El fet que havia originat el debat fou un article a Bloomberg sobre com la muralla del *New York Times*, implementada al març del 2011, estava funcionant “molt millor del que qualsevol s'hagués imaginat”. L'article citava xifres segons les quals el “mur” del *NYT* ha contribuït en un 12% les subscripcions del diari i de l'*International Herald Tribune* i generant més de 575 milions d'euros de guanys, el 2012, 39 milions més que en publicitat digital.

La contrapartida de l'article té dos punts: tot i que el *New York Times* la qualifica

com una “pèrdua modesta”, els resultats de ComScore —empresa líder en medicació d'audiències per Internet— fins l'agost del 2012, indicaven una pèrdua progressiva de pàgines vistes i visitants únics (un 15% i 20%, respectivament). A tot això, s'ha de sumar una tendència general a la baixa dels preus que els anunciants estan disposats a pagar pels anuncis en línia. I tot indica que seguiran caient. Per tant, la pregunta és: amb els preus baixos de la publicitat i cada cop menys visitants únics i pàgines vistes, pot dir el diari que el seu sistema de pagament és un èxit? El debat està obert.

El model del *New York Times* no és, però, necessàriament, aplicable a qualsevol mitjà nord-americà o europeu. Així, el britànic *The Guardian*, per exemple, ha optat per continuar ampliant la seva gran base de lectors internacionals sense establir cap mena de *paywall*. Però la notícia va saltar en una altra redacció veterana, quan el *Washington Post* anunciava, el 6 de desembre, que “probablement” començarà a cobrar pels continguts a mitjan

## LA IDEA DE PAGAR PELS CONTINGUTS DE QUALITAT ES REFORÇA I PROGRESSIVAMENT SUBSTITUEIX EL DISCURS DE LA GRATUÏTAT TOTAL

2013 i deixarà tan sols un nombre màxim d'articles lliures. Tres dies abans, el periodista Ryan Chittum, en la seva columna de la *Columbia Journalism Review*, havia fet una anàlisi del perquè el *Post* necessitava un mur de pagament, argument defensat també per un altre expert d'aquesta revista i premi Pulitzer com és Dean Starkman.

Resumint-ho tot: un diari té una missió i trobar un model que li permeti ser component del futur de la premsa, fins i tot si això obliga a cobrar pels continguts, és part d'aquesta missió.

El multimilionari inversionista Warren Buffet va declarar en una entrevista, el juny del 2012, que el model gratuït era insostenible i que les muralles eren clau per als nous ingressos necessaris en els mitjans (el seu grup, Berkshire Hathaway, ha estat comprant diaris durant els darrers mesos). Segons Ken Doctor, analista de mitjans de Newsonomics i la firma d'investigació Outsell, es preveu que unes quatre-centes capçaleres nord-americanes d'una manera o altra facin pagar pels continguts cap a final d'aquest any i que una situació similar pugui passar cap al 2015 a l'Àsia, Escandinàvia, Canadà i Alemanya.

Dins aquest conjunt de moviments, la companyia Piano Media ha estat pionera a l'hora de llançar al maig del 2011 la primera muralla nacional europea a Eslovàquia, actualment amb presència a

Eslovènia i Polònia, i amb altres països de l'Est en el seu punt de mira. L'empresa cobra 2,99€ mensuals per accedir a les edicions digitals de nou

diaris generalistes i especialitzats. Segons Tomas Bella, director executiu, l'objectiu ha estat trencar la barrera mental del “mai pagaré” i canviar-lo pel “quina quantitat estic disposat a pagar”. En canvi, el diari britànic *The Guardian* segueix ampliant la base mundial de lectors sense cap mena de muralla. En un article del 14 de gener,

Andrew Miller —director general del Guardian Media Group— explica que el principal objectiu del grup és impulsar l'audiència i els ingressos per publicitat internacionals, i reduir els costos en uns 25 milions de lliures durant els propers cinc anys. Així, en el transcurs d'aquest any obrirà una edició digital a Austràlia, que segueix la dels Estats Units, on ja dona feina a 40 persones i que, al desembre, va tancar l'exercici amb quasi onze milions de visitants únics i va superar, a l'octubre, per primer cop, l'audiència nord-americana de la BBC.

## MIRANT A FORA

Totes aquestes experiències pioneres són seguides de ben a prop pels mitjans de comunicació catalans i espanyols. En el fons, tothom té el mateix problema i tothom busca la fórmula que els permeti guanyar diners amb el seu mitjà digital. “Som en una situació de crisi en què tothom hi perd i mirem a veure qui és el primer que troba una sortida per seguir-ne les passes”, admet Jan Martínez Ahrens, subdirector d'*El País*.

“No hi ha cap gran diari a Espanya que tingui una versió digital que sigui sostenible. Hi ha més experiències de pagament, però fins ara cap d'aquestes ha trobat la pedra filosofal”, reconeix Enric Sierra, subdirector de *La Vanguardia.es*. “Cal trobar l'equilibri —afegeix— entre el preu i el negoci sostenible. Tres anys enrere el *Times* en línia va tancar totalment el web i es va desplomar un 90% de l'audiència i

## ES PREVEU QUE UNES 400 CAPÇALERES NORD-AMERICANES APOSTIN PER PAYWALLS CAP A FINAL DEL 2013

un 75% dels ingressos i es va convertir en irrellevant i pocs ingressos per publicitat. D'altra banda, el *New York Times* és la demostració que volen fer alguna cosa perquè estan contínuament provant coses, si bé des de llavors ja no són els líders dels

digitals als Estats Units, sinó que ho és el *Huffington Post*”.

Saül Gordillo, cap de Continguts digitals d'*El Periódico de Catalunya*, també admet que observen amb atenció el que passa a països com França, on al febrer Google signà un acord amb el Govern pel qual pagarà seixanta milions d'euros a la premsa escrita, una victòria per a tots els que fa anys que reclamen part dels beneficis publicitaris que la multinacional extreu pels continguts dels diaris. “Si hi hagués una fórmula que combinés el que està fent el *New York Times* i el que passa a França amb Google estaríem molt contents”, reconeix Gordillo, tot i que assegura no busquen copiar ningú. “Mirem a tot arreu, però sobretot a nosaltres mateixos. No volem imitar ningú amb condicions, entorn, índexs de penetració i realitats diferents a la nostra”, afirma.

## 'MURS POROSOS'

“Ara mateix, el model gratuït no genera el retorn que caldria per la inversió que es necessita, i evidentment, s'ha de buscar una solució”, assegura Jan Martínez Ahrens. “Ara ningú pot tancar el seu web totalment”, admet. Anys enrere, *El País* va fer-ho i va perdre el lideratge en benefici d'*El Mundo* i ha trigat anys a recuperar-lo. Aquell error estratègic ha comportat que els grans mitjans s'ho pensin abans de fer canvis importants. Avui dia, per a la majoria dels grans diaris digitals, la solució passa per una fórmula intermèdia, com són els murs de pagament *porosos*, en què es combina la informació gratuïta amb la de pagament. “El mur porós permet jugar a dues bandes; per una part, els mitjans disposen

de publicitat i, per l'altra, de lectors que vulguin pagar per determinades informacions”, afirma Martínez Ahrens.

A *La Vanguardia*, per exemple, des de 1995 el diari de paper és de pagament dins el

## FUNCIONEN ELS QUIOSCS DIGITALS?

En un article de PR Prens del desembre en què es discutia sobre la viabilitat dels quioscs digitals, s'assegurava que Orbyt no aconseguiria, dos anys i mig després de la creació, aixecar el vol. “Les nombroses promocions no han aconseguit disparar els subscriptors, que per ara es mantenen en 66.000, segons han avançat des d'*El Mundo*”, malgrat que l'ODJ interactiva ho rebaixava a poc més de 55.000. L'article no donava xifres de Kioskoymas, ja que “segueix mantenint l'anonimat respecte a les seves xifres”. Els responsables digitals dels diaris associats a aquestes plataformes, també critiquen la falta d'informació. Així, Saül Gordillo, cap de continguts digitals d'*El Periódico de Catalunya*, capçalera que és en les dues plataformes, en critica l'opacitat informativa. “Ens agradaria tenir més informació”, admet.

web. La seva fórmula és oferir, juntament amb la informació pròpiament digital, una part (un 12% aproximadament) de la informació del paper en PDF o HTML de manera gratuïta. Concretament, es tracta d'alguns articles d'opinió, de l'editorial, d'alguna notícia puntual i de “La Contra”. Els subscriptors (67.000) tenen accés gratuït a Internet a través del web, als quals cal sumar uns 20.000 que paguen o bé tot l'any o puntualment per informació en línia. “A llarg termini penso que serà igual. No tenim pensat tancar el contingut web”, afirma Sierra.

En canvi, a *El Periódico de Catalunya*, la tendència és apostar cada cop més per impulsar la informació de pagament. Així, tenen el web gratuït i obert dins del qual es troba l'aplicació e-Periodico, un *reader* que és una aposta pròpia del diari,

on es troben els continguts de qualitat. Es pot consultar tant des del web com des d'un telèfon intel·ligent o una tauleta mitjançant subscripció. Va estar en proves gratuïtament i fa mig any que està tancada i té 6.000 subscriptors. D'altra banda, des de fa uns mesos, tal com també ja estan fent altres mitjans, algunes informacions estan resumides en un paràgraf que redirigeix a E-Periódico. "Es una manera de posar un caramel i incentivar que la gent pagui per la informació", admet Gordillo. No és l'únic diari català que convida als pagaments. La versió en línia de l'*Ara*, per exemple, va començar oferint tres informacions gratuïtes al dia mentre que, a avui dia, s'ha reduït a una.

La intenció del diari del Grupo Zeta és que convisqui l'oferta gratuïta i de pagament, mentre perfecciona els micropagaments i les subscripcions de continguts temàtics. "La informació de qualitat gratuïta al web no és sostenible en el temps. La nostra aposta sòlida és separar els continguts de qualitat de pagament de la informació gratuïta accessible per a tothom", afegeix Gordillo. El que queda clar és que no hi ha una fórmula única. "S'estan provant múltiples receptes. No

## LA MAJORIA DELS GRANS MITJANS APOSTEN PELS MURS POROSOS, EN QUÈ ES COMBINA LA INFORMACIÓ GRATUÏTA AMB LA DE PAGAMENT

hi haurà dos o tres solucions, sinó moltes possibilitats, depenent del tipus de país, de mitjà i de lector", diu Martínez Ahrens.

### CANVI DE MENTALITAT

Evidentment, però, l'oferta no serveix de res sense demanda. Enric Sierra creu que "majoritàriament, no hi ha una cultura de pagar per continguts digitals, i menys a Espanya, el segon país del món amb més pirateria digital després de Corea del Sud". "Com que hi ha molta dispersió —prosegueix— i no hi ha un únic criteri, la gent acaba trobant la informació de

manera gratuïta". Tot i això, segons Sierra, experiències com Apple Store o Spotify estan introduint una certa conscienciació. "La cultura del gratis total —apunta Martínez Ahrens— infravalora el valor periodístic. Aconseguir bones informacions és molt car. Necessitem un canvi de cultura, encara que la crisi econòmica fa més difícil demanar pagar per continguts".

La fórmula dels micropagaments sembla ser una de les opcions amb més sortida.

## DESPRÉS D'ANYS FOCALITZANT L'ESTRATÈGIA ECONÒMICA EN ELS ANUNCIANTS, LA PREMSA TÉ ARA EL REpte DE RETROBAR-SE AMB EL PÚBLIC

"Som molt lluny, si bé el futur anirà per aquí. Fa un temps, ningú apostava per comprar cançons soltes a iTunes", explica Gordillo, qui destaca que "cada cop més gent està disposada a pagar preus raonables per informacions que li interessin i, en canvi, no pel conjunt del diari".

Qui sembla, però, que també ha de canviar de mentalitat són les agències de publicitat. "Encara no han interioritzat l'audiència útil (el *target*), encara van cap on va el gruix de l'audiència", critica Sierra. Gordillo pensa igual: "Els periodistes i els continguts

han evolucionat més ràpidament i som més permeables als canvis que no pas les agències de publicitat i els responsables comercials".

### NOU ECOSISTEMA

Mentre tot aquest debat segueix viu i explorant nous camins, els diferents mitjans de comunicació treballen per posar-se al dia en la seva pròpia mètrica i es pot parlar de nous aspectes fonamentals del nou ecosistema de mitjans de pagament. El primer és el canvi de proporció en els ingressos dels mitjans. Als Estats Units,

durant diverses dècades del segle XX i inici del XXI, era un 80% de publicitat i un 20% de circulació, la majoria subscripcions. En canvi, a Europa, amb variacions, la proporció era d'un 25-40% de guanys provinents de la circulació. Al reestructurar el seu model de negoci, molts mitjans busquen incrementar l'índex de circulació, sigui el públic que sigui majoritàriament la seva font d'ingressos. I això vol dir treballar més per seduir més lectors, incloent-hi generacions joves que no han

crescut amb el paper i altres que ràpidament s'acostumaren a la ubiqüitat de la informació massiva gratuïta. Aquí parlàriem, per exemple, de

*The Atlantic*, amb l'original *Atlantic Wire* i la revista trimestral *Quartz*: sofisticada i internacional.

I és que, després d'anys focalitzant l'estratègia econòmica en els anunciants, la premsa té ara el repte de retrobar-se amb el seu públic. Això, però, exigeix inversió en tecnologia i un periodisme de qualitat, amb estil propi. Perquè tal com adverteix Doctor: "La gent pot pagar per una veu inconfusible o per una particular anàlisi del món, per notícies globals o locals, per nínxols de contingut (especialitzat) de moltes classes. Pel que no pagarà és pel que pot trobar fàcilment en un altre lloc". I això implica oferir distinció: l'intangible inseparable de qualsevol mitjà que aspiri al fet que el seu "peatge" sigui pagat amb gust i fidelitat. Ç

Més informació a:

Debat a Twitter sobre els murs de pagament o *paywalls* (<http://gigaom.com/2012/12/23/the-pros-and-cons-of-newspaper-paywalls-a-twitter-debate>)  
Columbia Journalism Review - The Audit ([http://www.cjr.org/the\\_audit](http://www.cjr.org/the_audit))  
Ken Doctor Newsonomics (<http://newsonomics.com>)

+ info

# "EL PERIODISME ESTÀ ACOLLONIT"

**A setanta-cinc anys, segueix treballant i parla sense embuts. Compromès amb els més febles, ha entrevistat els més poderosos. Ja no diu que el periodisme és l'ofici més bonic del món, però admet que repetiria una vida que li ha permès viure les de molts altres. José Martí Gómez parla d'un ofici que ha vist canviar de dalt a baix, fins al punt de fer-lo sentir, després de mig segle d'experiència, com una espècie en risc d'extinció.**

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTOS SERGIO RUIZ

## ¿Qué tal, Pepín?

¡Bien! Això m'ho deia Jaime Nos Ruiz, director del diari *Mediterráneo* de Castelló. Em deia: "¡Hola Pepín!" Era un bon periodista, un catòlic que escoltava, tot i que quan des de Madrid tocaven la campana era com tots els directors: un encefalograma pla. Allà vaig aprendre molt perquè quan estàvem tranquils deixava fer força. Feia crítica de cine, política i vaig aprendre a confeccionar el diari, que després em va servir per entrar a *El Correo Catalán*.

## La teva arribada a *El Correo* té a veure amb un reportatge pels pobles de Castelló sobre el referèndum de la Constitució.

Exacte. Jaime Nos em va dir que anés pels pobles per veure què pensava la gent del referèndum. Al tornar li vaig explicar dues històries divertides: una d'un alcalde que en una taula electoral havia dit que la vídua d'un franquista havia de votar que sí perquè així ho hauria volgut el seu marit i una altra d'un alcalde que demanà veure la papereta dels votants per estar segur que votaven afirmativament. Però el director em digué que aquestes històries

no es podien publicar i de matinada, quan tancàvem el diari, em va veure tan fotut que va venir, em donà un copet a l'espatlla i em digué: *Lo siento, Pepín*.

## I vas decidir marxar.

Vaig trucar a en Huertas i li vaig dir que em busqués feina.

## Al *Correo* vas aprendre la diferència entre ser un fill de puta i un bon periodista.

Sí, això va dir-m'ho l'Ibáñez Escofet. Vaig fer un reportatge sobre marques i patents. I quan l'Ibáñez, subdirector del diari, es llegia el reportatge li vaig comentar un tema polèmic que m'havien explicat els entrevistats, encara que m'havien dit que no es podia publicar. "Si ho publiquem em trucaran per dir-me que sóc un fill de puta", li vaig dir. I em preguntà: "I tu prefereixes que et diguin que ets un fill de puta o que et digui que ets un mal periodista?". Davant d'aquella tessitura, ho vaig publicar. I, l'endemà, enmig de la redacció va cridar: "Martí, t'ha trucat aquell paio?". "Sí", li vaig respondre. "I què t'ha dit?", preguntà. "Que sóc un fill de puta",

vaig dir. "Bé, però ets un bon periodista", digué. Jo, però, no ho tinc clar i em sembla que el paio de l'entrevista tenia raó.

## Sempre has apostat pel temes socials. Es diu que abans se sortia molt més al carrer que ara. És cert o s'ha magnificat?

S'ha magnificat una mica, ara bé, indiscutiblement, abans es treballava més al carrer. El cert és que hi havia un grup que treballava al carrer d'una manera més crítica mentre altres ho feien molt dòcilment. Hi havia el que Joan de Sagarra va batejar com els *Huertamaros*, que feia un reporterisme més crític i agressiu dins el que es podia fer en aquella època, que no era gaire. En el meu cas, l'aposta pels més febles és, clarament, una qüestió ideològica.

## Una altra diferència és el soroll. Ara a les redaccions hi ha massa silenci.

Això és una catàstrofe!

## I tot plegat, quan comença?

La crisi del periodisme de carrer una mica comença quan arriben els ordinadors a



## PERFIL

José Martí Gómez (Morella, 1937) exerceix el periodisme des de 1966. Va estudiar Magisteri, però de ben jove va començar a treballar com a corrector a *El Diari de Barcelona*, i des de llavors ha estat en nombrosos mitjans com *El Correo Catalán*, *La Vanguardia* i la cadena SER, de la qual va ser corresponsal a Londres durant cinc anys. Va obtenir -ex aequo amb Josep Ramoneda- el premi Manuel del Arco per les entrevistes al setmanari *Por Favor*. Ha obtingut dos cops el premi Ciutat de Barcelona -un d'aquests compartit amb en Joan de Sagarra- i el premi Ofici de Periodista. Autor d'una desena de llibres, actualment col·labora amb el programa *A vivir que son dos días* (SER).

les redaccions. Hi ha una generació de periodistes que no veuen més enllà de la pantalla de l'ordinador, que els té dominats. A més, les redaccions començaren a tenir compartiments molt estancs, mentre que abans eren redaccions obertes, fluides, amb intercanvis d'opinió entre seccions que es passaven informació. Això ja s'ha perdut. Ara hi ha un silenci absolut. Ningú parla, ningú crida, les seccions ja no intercanvien informació. Un cop vaig sentir que, per intentar contrarestar el silenci que hi havia a la redacció, a la BBC havien posat uns aparells que generaven un so molt suau.

### Ara tampoc es fuma

Quan treballava a *La Vanguardia* encara s'hi fumava. El dia que els redactors van començar a arribar amb ampolles d'aigua de litre a la redacció vaig pensar "això és la ruïna".

### Hem passat del puro a l'aigua.

Sí, i vam deixar de beure alcohol, que és bo per al periodista.

### Activa els sentits?

I dinamitza. L'aigua mineral serà molt sana però, si estàs escrivint una crònica i tens al costat el gotet amb tres dits de whisky, la crònica s'il·lumina!

### El silenci de les redaccions podria ser un símptoma d'una professió que, en un moment com l'actual, no es rebel·la. El periodisme està acollonit, espantat?

El periodisme està acollonit. I la situació laboral ho ha acabat d'agreuja. Ara es diu que la gent jove no aixeca la veu, tot i així no els culpo. No estan en condicions d'aixecar la veu perquè saben que si ho fan se'n van al carrer. La responsabilitat d'aixecar la veu és dels càrrecs intermedis. Aquests sí que tenen una responsabilitat,

## "LA CRISI DEL PERIODISME DE CARRER UNA MICA COMENÇA QUAN ARRIBEN ELS ORDINADORS A LES REDACCIONS"

se la podrien jugar més, però callen. L'altre dia una periodista m'explicava com per un reportatge al qual havia dedicat tot un dia i que va ocupar una pàgina sencera li van pagar quinze euros. La noia es va posar a plorar. És una vergonya. Si jo fos el redactor en cap de la secció i sabés que li han de pagar això, o no li dic res o li pago cent euros de la meva butxaca.

### El moment és preocupant.

Quan jo vaig començar a treballar tots érem mileuristes. Estàvem mal pagats, però hi havia una esperança. Sabies que la feina era fixa i que a poc a poc aniries prosperant. El problema és que ara entren mileuristes i acabaran sent mileuristes. I sense la seguretat d'una feina fixa.

### Abans els periodistes es rebel·laven més?

Sí, si bé no és cert que manéssim. El periodista no ha manat mai a la redacció, el que passa és que hi havia uns temes que podies fer perquè el poder econòmic encara no era massa fort en la professió. Tot

i això, alguns no es podien tocar. Quan m'estava a *El Correo* vaig fer un tema sobre el Banc de Girona i en Jordi Pujol, que n'era el nou propietari, va dir que no es publicaria. Quan l'Andreu Rosselló, el director, va dir-m'ho em vaig declarar en vaga durant uns dotze dies, demanant una explicació. Això ara no es pot fer.

### I et van donar l'explicació?

Cada cop que en Pujol venia per la redacció en Rosselló li deia: "En Martí Gómez està en vaga per aquella informació que tenim censurada". Finalment, un dia en Pujol em cridà al seu despatx i em donà una explicació. A l'article jo explicava que el Banc de Girona estava en fallida i ell em va dir que no es podia dir perquè era perjudicial per a Catalunya. Jo no estava d'acord amb l'explicació, però almenys va donar-me-la.

### I el reportatge no es va publicar.

No, encara que la memòria és llarga. Me'l vaig guardar i quan Banca Catalana va fer fallida el vaig publicar en un altre lloc tot recordant la història i explicant-hi perquè no havia sortit a la llum en aquell moment.

### Ara es parla molt de les entrevistes de Jordi Évole o de l'Ana Pastor perquè són molt incisius. Això no hauria de ser la norma i no pas l'excepció?

Sí, exacte. En una entrevista que em va fer l'Évole li vaig explicar que un dia, quan era corresponsal de la SER a Londres, vaig veure una entrevista de la BBC i em vaig adonar que, dels centenars d'entrevistes que havia fet fins llavors, cap era bona.

### Per què?

Perquè entrevistaven la Margaret Thatcher i en un moment determinat l'entrevistador va dir que canviaven de tema. "No, no hem acabat, encara tinc coses a dir sobre això", digué la Thatcher. I l'entrevistador respongué: "Perdoni senyora Thatcher, el que porta l'entrevista

sóc jo i, d'aquest tema, ja no en parlarem més”.

**Aquí als que fan això els premiem.**  
És clar, perquè no ho fa ningú!

**Fins i tot tenim rodes de premsa sense preguntes.**

I tant, però és encara que es pugui preguntar, els mitjans hi envien els més joves, mentre que a Londres els periodistes que cobrien la informació política tenien seixanta anys i sabien més que els ministres. I als judicis passava igual. Jo, en canvi, feia tribunals a Barcelona amb vint-i-cinc anys sense tenir ni idea de dret. Un cop, quan portava un parell d'anys fent-ho, Antoni Carretero, magistrat de la sala sisena del Palau de Justícia, em preguntà: “Tu ets Martí Gómez, el que fa les cròniques? No tens ni puta idea de dret, oi?”. “No”, vaig admetre acollonit. “Per això estan molt bé”, digué. I se'n va anar. Em vaig picar i vaig anar a comprar llibres de dret.

**Per aprendre'n.**

Sí, i vaig començar a escriure cròniques citant articles concrets. Temps després vaig trobar-me de nou aquell magistrat. “Veig que saps una mica més de dret”, em va dir. “Sí, n'he estudiat una mica”, li vaig reconèixer. “Ja es nota —digué. Ara les teves cròniques ja no valen res!”. Perquè el que li agradava de les cròniques era la desimboltura. Potser si hagués tingut al

"EL DIA QUE ELS REDACTORS VAN COMENÇAR A ARRIBAR AMB AMPOLLES D'AIGUA DE LITRE A LA REDACCIÓ VAIG PENSAR 'AIXÒ ÉS LA RUÏNA'"

costat un periodista veterà ho hauria fet millor, però com que no el tenia, em vaig inventar aquell tipus de cròniques.

**Tenies un model propi.**

Em vaig inventar un model, una mica copiat de la premsa italiana ja que, per aquella època, llegia les magnífiques cròniques de tribunals d'*El Corriere della Sera* en què fins a les dues últimes línies

no t'assabentaves que hi havia tres morts. Tota la resta era literatura.

**Per escriure amb aquell atreviment calen caps que t'ho permetin. Penso en les teves entrevistes a *Por Favor*.**

Encara em recorden aquelles entrevistes. “Vostè és el de les entrevistes de *Por Favor*!”, em diuen. I d'això ja fa trenta anys! Aquelles entrevistes tenien un valor com era que Vázquez Montalbán jugava al límit i m'enviava a París a entrevistar en Carrillo. Ara no hi ha personatges tan conflictius com per prohibir la publicació de l'entrevista, si bé també és cert que potser no es potencien tant les idees noves com abans.

"ALS DIARIS HI HA UN BUIT DE CÀRRECS INTERMEDIS, DE GENT QUE ARRISQUI. I SI LA PREMSA ESCRITA NO S'ARRISCA, MORIRÀ"

**Hem perdut el component de risc.**

S'ha perdut el fet d'anar al límit en l'entrevista. Un 50% de les entrevistes de *Por Favor* acabaven amb el setmanari segrestat o amb les pàgines arrencades o massacrades. Un dia en Manolo em va demanar si podia parlar amb en Perea, el jutge de Premsa i Impremta. I vaig anar a dinar amb ell. Va ser un desastre. Em va dir que feiem pornografia i que no tindrien pietat. El més divertit va ser al final del

dinar quan em preguntà: “I aquest cap de setmana, què fas? Treballaràs en aquesta revista d'immundícies?”.

“No —vaig respondre—, però prepararé els temes de la setmana vinent”. I em digué: “Doncs deixa-ho i vine amb mi de putes!”. O sigui que ens deia que feiem pornografia i, en canvi, ell se n'anava de putes...

**Al periodisme li falten més caps com Vázquez Montalbán?**

Exacte. Falta gent que arrisqui. Als diaris d'abans hi havia més vida, més intensitat,

més passió. Acabaves el diari a les quatre de la matinada i te n'anaves de copes amb els companys per veure què podíem fer l'endemà. Tot això ara ja s'ha acabat. Per què? Jo crec que perquè als diaris actuals hi ha un buit de càrrecs intermedis, de gent que arrisqui, que vulgui fer coses diferents. I si la premsa escrita no s'arrisca, morirà.

**Tu encara fas servir cintes de casset, t'encanten els reportatges llargs i creus amb el paper com a suport. Tens complex d'“últim mohicà”?**

Una mica sí, però ho porto bé. Tot i que, més que “últim mohicà”, em sento com una espècie en risc d'extinció. Fa quatre o cinc anys que m'inviten al Congrés de Periodisme Digital d'Osca, i sóc l'únic paio que hi va amb bolígraf. Tots els altres són allà amb les

pantalles! Després parles amb ells i veus els seus blocs, que estan bé, però t'adones que no hi ha res, que el contingut que hi bolquen és estàndard. Tots et diuen que el suport és el menys important, que allò que és important és explicar històries. I els responc: “Però si d'històries no n'hi ha ni una”. “És que les històries costen diners i no tenim ni un duro!”, em responen.

**Des d'en Pepín dels anys seixanta fins ara han passat quasi cinquanta anys. Què et queda després de mig segle de periodisme?**

En aquesta professió he gaudit, he tingut sort. He treballat molt, però el periodisme m'ha permès viure moltes vides, perquè m'he implicat en mons molt diferents, des de les barraques als jutjats, passant pels personatges de les entrevistes o per un còctel al Ritz... i tot això t'enriqueix com a persona. És un pòsit de diferents mirades que et van entrant a dintre i que fins i tot et fan madurar. Per tant, estic content de tot el que he fet. Si tornés enrere en el temps, tornaria a ser periodista? La resposta és sí. **C**



# INFOGRAFIA: ENTRE LA MODA I L'EVOLUCIÓ

Anàlisi d'una disciplina que creix amb força

**El *big data* i les eines digitals fan que la infografia i la visualització de dades tornin a ser una tendència a l'alça. Diferents professionals reflexionen sobre com han evolucionat fins a l'efervescència actual.**

TEXT NEREIDA CARRILLO

La infografia i la visualització de dades estan de moda. El *big data* o la multiplicació exponencial de la informació i la necessitat d'impactar i fer continguts interactius amb què l'usuari pugui jugar creen l'escenari ideal per crear fascinació per aquestes disciplines. També ho espera el periodisme de dades. Eduard Martín-Borregón, membre de Data'n'Press, un equip de professionals catalans pioners en el periodisme de dades a Internet, ho defineix com una "disciplina híbrida" que neix per analitzar la gran quantitat de dades que produeix la nostra societat. Els que es dediquen a presentar gràficament històries no li treuen l'ull a aquesta efervescència. Però tenen l'altre posat en el principi bàsic que ha guiat fins ara la feina: el més important és informar de manera senzilla.

La majoria de diaris catalans incorporen la infografia als anys 80. Fora de l'àmbit periodístic, però, els mapes i altres recursos

Una de les columnes setmanals de Jaime Serra, director d'Infografia i il·lustració de *La Vanguardia*



similars ja s'havien emprat, com quan a final del segle XIX, el metge John Snow va representar en un mapa de Londres les morts per còlera i els pous d'aigua, per

## EL LENGUATGE DE LES INFOGRAFIES ACTUALS BUSCA EXPLICAR MILLOR SENSE PERDRE L'HORIZÓ, COM A L'INICI DE LA DISCIPLINA

mostrar visualment la concentració de les defuncions. Els primers gràfics en el periodisme català també van ser mapes. El 1982, *El Periódico de Catalunya* obrí la portada amb un gràfic de Jordi Català sobre la guerra de les Malvines, un gràfic que va resultar impactant a l'època. “La infografia entra fort en el periodisme amb l'aparició dels Mac”, reflexiona Jaime Serra, director d'Infografia i il·lustració de *La Vanguardia*, qui afegeix que és temps d'una cultura més visual i en què la tecnologia permet fer gràfics amb rapidesa.

A final dels 80 i principi dels 90, els diaris catalans crearen departaments d'Infografia. I començaren les extralimitacions. “En la primera guerra de l'Iraq, la infografia era molt important, perquè no hi havia imatges. I es van fer molts excessos: informació sense contrastar, inflada”, admet Serra. El cap d'Infografia d'*El Periódico*, Ricard Gràcia, coincideix amb aquesta diagnosi. “Amb els atemptats d'ETA, es feien gràfics molt grans en què la informació era molt escassa. Ara ens hem asserenat. Intentem fer reconstruccions quan tenim informació suficient i no fem el gràfic perquè sí”, assegura.

Serra observa un paral·lelisme entre aquella època i l'actual, en què, considera, també ens apartem dels principis periodístics amb la visualització de dades. Per Martín-Borregón i Gràcia, la infografia i la visualització de dades són maneres diferents de treballar la informació. En canvi, per Serra, només la primera és una feina periodística. Pel membre de Data'n'Press, la diferència es troba en com es mostren les dades: la infografia “les mostra gràficament” i la visualització, “potencia les relacions entre aquestes”. I encara afegeix: “una bona visualització de dades permet que cada lector pugui fer la seva història”. En canvi, Serra, creu que això és “demanar-li al lector una reflexió que potser no té ganes de fer”. I sobre la visualització afegeix: “són els gràfics que hem fet sempre amb una quantitat d'informació que a vegades resulta aclaparadora, és a dir, sense haver estat editada”. El debat podria ser llarg i encara està en marxa. El llenguatge és experimental i busca explicar millor sense perdre l'horitzó, com en aquella primera època.

### LLENGUATGE PER INVENTAR

Els primers anys de la infografia van ser els dels vicis, encara que també els de la creativitat. Com diu el poeta, tot estava per fer i tot era possible. Serra, que ha treballat a diversos mitjans tant europeus, dels Estats Units com de l'Amèrica llatina, rememora l'època en què va engegar el departament d'Infografia al diari *Clarín*. “El més maco de la infografia és que ens la vam haver d'inventar. Va ser divertidíssim. Com inventes? Crec que preguntant-te a tu mateix”, explica Serra, que encara experimenta. Ho fa el diumenge a *La Vanguardia*, des d'unes columnes que en alguns casos són, segons ell, “infografies subjectives” i que el periodista i escriptor Sergio Vila-Sanjuán descriu com “pensament lateral periodístic”.

### DISSENYADOR O PERIODISTA?

Al departament d'Infografia d'*El Periódico* treballen vuit persones, mentre que al de *La Vanguardia* són set. El perfil i la feina d'aquests professionals ha anat canviant, tot i així, sempre ha combinat habilitats periodístiques amb altres més artístiques. “Als anys 90, era més fàcil agafar un dissenyador i convertir-lo en periodista. Ara, amb el pes de la recerca i de l'esporgar dades, la visió del periodista és molt bona i hi ha eines que li poden facilitar la part del dibuix”, reflexiona Gràcia. Serra ho veu diferent: “No entenc què fa un dissenyador en un diari. Si treballa en un diari –i no ets el de la neteja– has de pensar com a periodista.”



Als anys de corregir vicis i de buscar el llenguatge propi, li segueix una època de reivindicació. El departament d'Infografia deixa de ser subsidiari per esdevenir propositiu. Els professionals investiguen, analitzen les dades, proposen gràfics, en decideixen la mida i la inclusió en la pàgina i també escriuen els textos. “A Europa –reflexiona Gràcia– se sorprenen molt de la facilitat que tenim d'intervenció sobre les planes”.

## A L'ABAST DE TOTHOM

I ara, amb Internet, què? A la Xarxa es poden trobar moltes eines que posen la infografia i la visualització de dades a l'abast de tothom, com Google Fusion Tables, Many Eyes o Tableau Public, i també veiem infografies col·laboratives. Alguns mitjans com *The Guardian* i el seu “Data blog”, les principals capçaleres dels Estats Units o alguns mitjans de l'Amèrica llatina s'han abocat, des de fa temps, al periodisme de dades i a la infografia

## MITJANS COM *THE GUARDIAN* O LES PRINCIPALS CAPÇALERES DELS ESTATS UNITS S'HAN ABOCAT AL PERIODISME DE DADES I A LA INFOGRAFIA

la complexitat tècnica i el cost. “Tècnicament és molt més complex. S'ha d'invertir i és molt car”, sentència Gràcia, qui també pronostica que quan acabi la crisi, aquesta inversió es farà. Serra hi coincideix i afegeix que aquests continguts no són tan necessaris en un espai en què, a diferència del diari, no cal crear la sensació d'interactivitat.

i la visualització a Internet. En el nostre àmbit, per contra, les apostes són més tèbies i puntuals. Els professionals ho justifiquen per

L'escenari es presenta complicat: d'una banda, la infografia enganxa –el Tuitòmetre del *324.cat* per a les eleccions del passat novembre va tenir un temps mitjà de visita gairebé un 30% major que les notícies– s'adapta a la interactivitat i la personalització del paradigma de la comunicació actual i és la branca del periodisme que més està innovant en el llenguatge.

Però, d'altra banda, assenjala Martín-Borregón, el periodisme de dades “té un encaix difícil en les rutines informatives de la immediatesa” i, a més, té un cost que molts mitjans no volen assumir: “Han intentat no pagar-nos, si bé no ho han aconseguit”, afirma. Però, realment és tan cara la infografia? Ricard Gràcia respon: “El cost d'un infografista és el mateix, si més no, que el d'un redactor de notícies” i afegeix que els infografistes són redactors polivalents que també escriuen textos.

Enmig de la demanda dels usuaris, la incertesa de la crisi i el debat sobre el model i el llenguatge, què ens depararà el futur? Per Serra, el futur de la infografia està lligat al futur incert del periodisme i l'efervescència actual passarà, però romandran aspectes interessants com “els softwares i la mentalitat d'utilitzar aquesta quantitat de dades tan gran”. També pronostica que el que passarà de moda serà “presentar totes les dades”. Per la seva banda, Martín-Borregón opina que caminem “cap a establir relacions més complexes i més conceptuals entre les dades” i afegeix que en el futur hi haurà maneres de relacionar-les que encara no hem experimentat. Explicar millor avui vol dir presentar més dades i subratllar les connexions entre aquestes? En uns anys, ho veurem. De moment, el que sembla clar és que la moda de la infografia i la visualització de dades deixarà pas a l'evolució. **Ç**



## UN TREBALL RECONEGUT

El treball dels infografistes catalans i espanyols és reconegut amb premis però també, segons Gràcia, amb el fitxatge de professionals autòctons per a departaments d'arreu del món. Darrerament, els gràfics de *La Vanguardia* sobre el 25è aniversari de l'atemptat a l'Hipercor i els cent anys de l'enfonsament del *Titanic* van ser guardonats amb el premi d'or al millor dossier en 2011 i part de 2012 en els guardons ÑH9 de disseny d'Espanya i Portugal, organitzats per la Society for News Design. *El Periódico* també ha rebut distincions d'aquesta prestigiosa entitat tant a nivell espanyol com internacional i ha obtingut premis i mencions en els guardons Malofiej d'infografia. El 2008, van obtenir l'European Newspaper Award al diari europeu més ben dissenyat.

# EL VALOR DEL CONEIXEMENT

Les agències de comunicació especialitzades troben el seu lloc al mercat

**En comunicació corporativa, el més important no sempre és la mida. Les agències de comunicació petites i especialitzades són una sortida natural per al periodista que ha estat seguint un tema durant molts anys i que, actualment, enmig de la crisi econòmica i d'un moment delicat per a la professió, busca una nova sortida laboral. Però passar a l'altre costat del cicle de la notícia també implica reptes ètics i empresarials.**

TEXT MAR CALPENA  
FOTO ORIOL CLAVERA

No cal tornar a descriure el panorama de tancaments i remodelacions que ara mateix viu la professió. Històricament, cada cop que s'ha produït una onada de destrucció de feina en els mitjans de comunicació ha estat molt difícil que els veterans amb anys d'experiència poguessin reciclar-se creant una nova empresa periodística per la important despesa de capital i de recursos que suposa engegar un diari o una revista.

L'opció tradicional era buscar una altra feina o convertir-se en freelance, i això sovint es traduïa per començar en un altre àmbit de cobertura. L'opció de treballar en un gabinet de premsa o de comunicació era percebuda com un canvi de professió, no com una extensió de la tasca que fins aquell moment s'havia desenvolupat. Amb tot, en els darrers quatre o cinc anys la situació ha canviat molt i, bé sigui com a via d'autoocupació o per compte d'altri, aprofitar el capital de coneixement per dedicar-se a la comunicació especialitzada és una de les opcions laborals més viables.

“Enguany, complim deu anys i crec que ho devem al coneixement que ens dóna haver treballat en mitjans i al fet que el

nostre àmbit d'actuació està ben acotat”, comenta la Nuria Lupiáñez. Una dècada enrere va fundar Edere Comunicació a Sevilla. La Nuria i la seva sòcia aleshores eren dues joves periodistes culturals que treballaven a EFE i Europa Press a la capital andalusa. En el seu dia a dia, van detectar que els departaments de premsa de moltes editorials nacionals no tenien la capacitat d'arribar bé al mercat andalús perquè no tenien el pols dels mitjans d'allà. Deu anys després, el seu marc d'actuació és una mica més gran, i està en ple procés d'engegar el projecte d'un cafè literari, alhora que exerceixen activitats d'assessoria literària.

## APROFITAR EL CAPITAL DE CONEIXEMENT PER A LA COMUNICACIÓ ESPECIALITZADA ÉS, AVUI DIA, UNA DE LES OPCIONS LABORALS MÉS VIABLES

“Al final, el coneixement dels mitjans t'acaba convertint en molt més que una agència de premsa. Esdevens un assessor estratègic”, assegura Pati Núñez, de Pati Núñez Agency, una agència barcelonina focalitzada en arquitectura. Ella n'és un cas paradigmàtic: el fet

d'estar-se una dècada escrivint en revistes del tema va fer que entrés en contacte amb diversos arquitectes. Un d'ells li va oferir fer-se càrrec de la comunicació d'una campanya concreta. L'èxit li va fer agafar altres clients, i, tot i que va tenir durant un temps una agència que portava altres sectors d'activitats, l'especialització ha acabat sent la seva aposta.

“El millor d'estar especialitzat —afirma Pati Núñez— és que et permet tenir una mirada molt àmplia sobre un tema que t'interessa. Més enllà del coneixement dels mecanismes interns de les empreses i les xafarderies, molt millor del que ho podies haver fet quan escrivies en una redacció. El simple fet de seguir cada dia l'actualitat del tema et dóna una enorme visió

global”. “I això et converteix en referència envers els clients, si bé també envers els periodistes. El contacte diari amb ells fa que, de vegades, et demanin números de telèfon o informació sobre aspectes que no gesticiones, encara que ells saben que els coneixeràs”.





A la pàgina anterior, Pati Núñez (Pati Núñez Agency) i, sobre aquestes línies, Andrea Valverde i Mària Suárez (Pajarería Newton).

Mària Suárez, de Pajarería Newton, coincideix amb Pati Núñez. L'agència de Suárez es concentra a treballar amb clients urbans marcadament arrelats a la ciutat. “Si has treballat en mitjans, més enllà de quins periodistes poden ser receptius al que els estàs explicant, saps com has de dir les coses perquè la informació sigui la que els cal per escriure bé un article. No cal perdre's en adjectius ni en contextualitzacions vagues, i en canvi, et dona el lèxic correcte. També t'ajuda molt a saber quan has de trucar i quan no pots esperar que t'agafin la trucada perquè és hora de tancament, en quins temes es pot insistir i quins són una 'moto'...” , explica Mària Suárez.

Lupiáñez pensa el mateix: “No és cert que pel fet que portem relacions públiques

no tinguem integritat i que venguem tot, costi el que costi. Al contrari, és més important que mai ser honest tant amb clients com amb periodistes perquè al capdavant només ets un facilitador. Si a un periodista que confia en tu li coles un gol, no tornarà a interessar-se per res del que gestionis. I a l'inrevés: si al client li promets que sortirà a tot arreu i que interessarà a tothom, vas de cap al fracàs. Precisament, que tu coneguis bé un sector vol dir que tens molt clars els límits d'on es pot i on no es pot arribar.”

### COMPLICITATS I CONDICIONANTS

Però, què passa quan un pren cafè diàriament amb aquells que ha d'intentar convèncer sobre la bondat d'un tema? “És complicat de gestionar”, admet Núñez.

“D'una banda, —prosegueix— és obvi que per a una agència de comunicació és vital tenir bones relacions amb els periodistes, i, de fet, en el temps que fa que m'hi dedico puc dir que he fet amics. Però, de l'altra, cal saber molt bé on és el teu lloc, i sobretot, que el periodista tingui clar el seu”.

La majoria dels codis deontològics de la professió periodística assenyalen clarament que hi ha d'haver una diferenciació clara entre l'opinió, els fets i el contingut publicitari, encara que avui dia la pressió dels anunciantes —el temut “tractament preferent”, també conegut com “disc sol·licitat”— fa temps que distorsiona les decisions editorials, particularment en els mitjans que tracten temes d'estil de vida o gran consum.

I en aquesta tessitura apareixen una sèrie de preguntes espinoses: pot un professional que estigui a ambdós costats de la taca informar dels productes que representa si de fet sí que es corresponen lícitament als àmbits noticiosos que cobreix? És acceptable que un editor aposti primer per les marques que representa un excompany, en cas d'igualtat de condicions amb les altres? I les empreses de comunicació que creen revistes, canals de vídeo i *newsletters* amb contingut periodístic —una pràctica promocional cada cop més estesa i que suposa un dels pocs mercats per als professionals que encara creix—, quina relació han de tenir amb els professionals que contracten per fornir-los contingut? Hi ha una línia molt fina entre la legítima afinitat d'interessos i la prevaricació, que la crisi ha diluït encara més.

També, dins de la pròpia agència es poden produir altres dilemes ètics. “Hi ha editorials que ens contracten amb la condició que no treballem amb la competència”, reconeix Lupiáñez. En el mateix sentit,

"EL CONEIXEMENT DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ T'ACABA CONVERTINT EN MÉS QUE UNA AGÈNCIA, EN UN ASSESSOR ESTRATÈGIC" PATI NÚÑEZ

Núñez afirma que “és molt complicat la ‘síndrome de l’atac de banyes””. “Els clients entenen racionalment que no pots treballar només per a ells, però no els agrada que els verbalitzis que també estàs amb algú altre, i més si no hi tenen bona relació”, afirma.

## AVANTATGES I HANDICAPS

Un altre dels perills que han d'assumir els periodistes especialitzats que busquin muntar una agència de comunicació és creure que tot passa pel coneixement del tema. “En realitat, és una qüestió de sentit comú, —comenta Suárez— “però una cosa és saber com parlar amb els mitjans, una altra és organitzar un esdeveniment, una altra és conduir un debat a les xarxes

socials i encara una altra molt diferent és portar el dia a dia empresarial, des de gestionar pagaments a comprar tinta per a la

"HAVER TREBALLAT EN MITJANS I AGÈNCIES GRANS T'ENSENYA QUÈ VOLS FER I COM DONAR A CONÈIXER CONTINGUTS QUE T'APASSIONEN" MÀRIA SUÀREZ

impressora”. “I tampoc —prosegueix— no s’ha de perdre de vista l’àmbit en el qual treballa cadascú. La nostra especialització són les propostes que estan molt arrelades al territori. Si mai necessitem traslladar-ne una fora perquè un client ens ho demana, és aquesta especificitat que traslladarem, però si, posem per cas, cal adaptar-la a una altra ciutat, haurem de buscar algú que treballi d’una manera similar a la nostra en el lloc de destí”.

Les dificultats de l’especialització no acaben aquí. “Nosaltres no hem tingut gaire problemes perquè en literatura s’acaben tocant una mica tots els temes —explica

Lupiáñez— si bé quan hem gestionat temes propers encara que diferents, com el teatre o altres propostes culturals, la dificultat a l’hora d’aconseguir

resultats s’incrementa, primer perquè ets ‘la dels llibres’, i segon perquè els interlocutors, de vegades, varien i no hi ha el mateix grau de confiança ni tampoc de coneixement del terreny de joc”.

D’altra banda, l’escala en què es mouen les agències especialitzades, en termes de recursos i guanys, en estranyes ocasions és la d’altres empreses més grans. “Una agència generalista té una potència de foc més gran, —afirma Suárez— i en teoria pot aguantar més bé en èpoques de pressupostos ajustats; això no es discuteix. Nosaltres, per exemple, no fem diners amb els serveis afegits que oferim si no és que ens reporten feina addicional. No en traiem suc, d’encarregar una traducció o un disseny, si podem assegurar-nos, així, que algú

amb qui col·laborem habitualment a gust també manté el negoci. Aquest no és un factor decisiu per a una agència més gran

a l’hora de prendre decisions”. “També és cert —prosegueix— que oferim una proposta tan personalitzada i feta a mida que sempre

correm el risc que el potencial client se la faci seva per implementar-la sense passar per nosaltres, però creiem que es valora el fet que no intentem col·locar més d’allò que el client realment necessita”.

Funcionen, doncs, les agències especialitzades? El fet és que, en un panorama bastant desolador, les agències especialitzades són una realitat que es consolida, i en el qual encara hi ha un relatiu espai on poder emprendre, sobretot si es parlen idiomes, tant per la possibilitat de treballar per a empreses foranes interessades pel mercat espanyol, com per fer-ho al revés, establint-se en mercats emergents com l’Amèrica Llatina, on la major part d’agències encara treballen amb estructures més pesants. I la vocació? Així ho resumeix Suárez: “Haver treballat en mitjans i en agències més grans t’ensenya què vols fer i què no vols fer. Saps com evitar vicis i burocràcies que no t’agraden i com donar a conèixer continguts que t’apassionen i penses que són útils a la gent. I, en termes monetaris, sé que aconseguiré guanyar-me la vida amb això. Però sé també que no em faré mai rica”. Ç



# LA SERIETAT DE L'HUMOR

Apareixen noves capçaleres de premsa satírica enmig de la crisi econòmica

Sociòlegs, contracronistes, altaveus lliures de compliments, dibuixants i plumilles de la premsa satírica, amb més o menys encert, i amb més o menys negoci, han estat i són narradors de la història. Mentre *El Jueves* es prepara per celebrar trenta-cinc anys d'història, noves iniciatives prenen el relleu d'aquest gènere amb arrelada tradició a Catalunya.

TEXT CARME ESCALES





Poques revistes noves apareixen darrerament al quiosc. Però una de les que més recentment s'hi ha incorporat, *elcapicua*, ha nascut prenent la torxa d'un gènere, la sàtira, que ha escrit part de la història de Catalunya i d'Espanya sense cap mena d'embut. Un gironí llicenciat en Política i Filosofia i un llicenciat en Periodisme, tots dos de 25 anys, són al darrere d'aquesta publicació que va néixer a Girona el 25 d'abril del 2012 com a setmanari gratuït i que des del passat 30 de novembre és quinzenal i es ven a 2,5 euros en quioscs i llibreries de Girona, Barcelona i Tarragona.

"Vaig tornar dels Estats Units, on he fet un màster en política, i volia emprendre alguna cosa. Coneixia algunes publicacions satíriques angleses i franceses com *Private Eye* i *Charlie Hebdo*, les havia seguit i pensava que estaria bé fer una cosa així a casa i, amb el Carles, ens hi vam posar", explica l'impulsor d'*elcapicua*, Joan Timoneda "Sabíem –prosegueix– que això a trenta anys no ho fariem, però ara sí que ho podíem intentar".

Conscients de la modèstia amb què neixen i es comença a escampar la publicació, no li resten però, ni valor ni intenció. "L'humor és una eina per dir coses que d'una altra manera no es poden dir, si bé és necessari igualment expressar en favor de la veritable democràcia i lli-

"EN AQUEST PAÍS, LA HISTÒRIA ESTÀ MOLT SACRALITZADA, PER TANT, NECESSITA UN BANY D'HUMOR CONTINU" TONI SOLER

bertat d'expressió", afirma Carles Martín. "*elcapicua* surt amb la intenció d'oferir un producte diferent, que ompli l'espai buit dins la sàtira escrita en català, i s'inspira en la desapareguda capçalera *Ju-cut!* (1902-1912)", es podia llegir a la publicació en la presentació al quiosc.

"Ens agrada el que fem i ens ho passem bé fent-ho. No és cap negoci, encara que

l'objectiu és anar casant una estructura de negoci amb la nostra dedicació, de moment, passional. Hi posem les nostres 24 hores, tenim 7 dibuixants i 6 escriptors que hi col·laboren i, de moment, en traiem 3.000 exemplars. Volem denunciar fent paròdia sense insultar ni molestar perquè sí. És una manera de fer filosofia aplicada a la societat, una mica com tenir un partit polític sense tenir-lo", argumenta Timoneda.

"Em vaig posar en la paròdia política, a part de gustos personals, per ajudar a

"EL NOSTRE TREBALL ÉS CONTRA L'APATIA GENERALITZADA. NO ÉS MOMENT DE QUEDAR-SE AMB ELS BRAÇOS PLEGATS" PACO ERMENGOL, LA QUERA

normalitzar el país i el seu sistema polític. Amb tot, és inevitable que amb tants anys de sàtira, la meua visió de la política sigui una mica més escèptica", explica Toni Soler, creador del programa d'humor *Minoria Absoluta* a RAC1, el mateix nom de la productora que actualment presideix i que és responsable dels programes televisius de sàtira política i esportiva *Polònia* i *Crackòvia*. "De ben jovenet, llegia *El Paps*, *Barrabás* i *Por Favor*. En aquest últim, hi escrivien la Maruja Torres i Vázquez Montalbán i hi dibuixaven Perich i El Roto. Era una delícia", recorda.

"La meua fixació era fer humor polític per al gran públic. I per això, quan va néixer RAC1 i em van venir a buscar els vaig dir

el que pretenia. Es van estranyar, però em van deixar fer. Crec que vam fer una bona feina i vam obrir un camí", explica Soler. "En aquest país, –prosegueix– la història està molt sacralitzada, per tant, necessita un bany d'humor continu. D'altra banda, l'humor divulga i fa popular una matèria que en cas contrari estaria en mans d'erudits i prou", afirma Soler." A Catalunya, les dificultats, les derrotes i les

febleses se solen entomar amb sornegueria, que és la versió domèstica de la ironia; i això ha fet que des del *Be Negre* fins ara hi hagi una tradició molt rica que cal reivindicar", conclou.

## OXIGENAR LA POLÍTICA

També amb voluntat de recuperar la tradició catalana de publicacions satíriques, el 14 d'abril de l'any passat, naixia a Lleida el setmanari *La Quera*, *Lo corc de Ponent*. "A iniciativa d'un grup de periodistes, dibuixants i dissenyadors

gràfics de Lleida i de Pagès Editors, volem ser un mal de cap per al poder, un corc que funciona com una mosca *collonera*", diu Paco Ermengol,

coordinador de *La Quera*, actualment de periodicitat mensual.

"Creiem que la funció d'aquesta publicació és oxigenar una mica la vida política i social lleidatana i catalana. Volem que sigui una publicació lliure, sense condicionaments polítics ni econòmics i poder dir coses que la premsa oficial no pot dir", explica. "*La Quera* –prosegueix– no ha nascut amb intenció economicista. Si algú vol guanyar-se la vida no fa una publicació satírica. Si fos així ens haguéssim dedicat a la política, a la prostitució o al tràfic de substàncies prohibides, que és molt més rendible. A nosaltres el que ens mou és la necessitat social de dir coses que no es diuen i que creiem que s'han de dir", explica Ermengol que, a més, considera que "som en un moment molt especial, molt fotut, un moment per fer anàlisi, crítica i sàtira. Polítics i banquers ens estan desmuntant un model social que ens va costar molt d'aconseguir. El nostre és un treball contra l'apatia generalitzada de la població. No és moment de quedar-se amb els braços plegats".

El mateix van pensar els impulsors de *Mongolia*, una publicació, des de Madrid, que també té el seu públic a Catalunya.

Actualment, té una tirada de 40.000 exemplars mensuals, 1.200 subscriptors i 50.000 seguidors a Twitter. La fan sis persones, entre ells Darío Adanti, que va treballar a *El Jueves*, a més d'algun col·laborador que és a Barcelona. També n'hi ha que escriuen o dibuixen des de l'estranger. "Vam veure que no hi havia res d'aquest estil, ja que *El Jueves* es basa més en la il·lustració, així que l'estiu del 2011 vam decidir fer-la", argumenten els membres d'aquesta publicació.

*La Quera*, *Mongolia* i *elcapicua* perfilen el record de capçaleres com *La campana de Gràcia* (1870-1934), *L'Esquella de la Torratxa* (1872-1939), el *¡Cu-cut!* (1902-1912) o *Papitu* (1908-1937), en els inicis d'aquesta tradició de sàtira impresa a Catalunya. "El *Be Negre* (1931-1936) i el *¡Cu-cut!* eren revistes d'una tendència política determinada dins de la complicada vida política d'aleshores. *El Papus* (1973-1986) era una revista de demòcrates contra no-demòcrates. I en la transició

política, els humoristes gràfics van ser-ne l'avantguarda. Però el terreny conquerit pels dibuixos d'*El Papus*, *Por Favor* i *Hermano Lobo* va ser reconquerit per altres mitjans i l'humor gràfic va anar perdent el monopoli", recorda José Luis Martín, director d'*El Jueves*, setmanari satíric que aviat celebrarà trenta-cinc anys al quiosc. "La supervivència d'*El Jueves* és un miracle basat en el talent dels col·laboradors i el treball ben fet de la redacció. El proper mes de novembre, batrà el rècord de la mítica *La Codorniz* (1941-1978), pel que fa a permanència al quiosc. Curiós, si tenim en compte que quan va néixer *El Jueves* ens vam proposar en principi sobreviure aquell estiu del 77", recorda Martín. "L'aparició de nous mitjans sempre és desitjable, encara que realment el moment actual és el més complicat que hem conegut", afegeix.

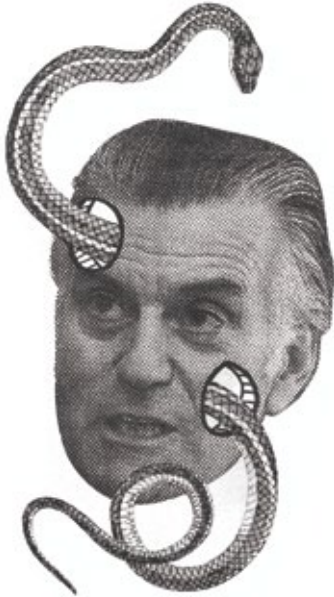
"M'entristeix molt el panorama actual. D'acord que nosaltres vam enganxar l'edat d'or de les revistes d'humor, però el

panorama avui és desolador. Primer, per la falta d'interès per la cultura, el mal ús de les noves tecnologies i perquè la gent escriu malament i es creu tot el que li envien. A més, els professionals es menyspreen, desapareixen dibuixants a la premsa, ja que és el primer que retallen per estalviar... Considero fonamental l'acudit diari en un periòdic. Salvant Buenafuente, Wyoming, Arús, els de Minoria Absoluta i algú més, i el mateix passa a la ràdio, el to dels espais humorístics és molt baix i molt poc brillant, original i creatiu. Com vaig dir al rebre el premi Quim Regàs, sóc un diplodocus, una espècie en extinció, i és una pena perquè som necessaris", es lamenta el dibuixant Óscar Nebreda.

## ABUSOS I TRIPIJOCS

A l'època d'*El Papus*, Nebreda recorda que va anar "seixanta-sis cops a judici". "Ens demanaven multes de 300.000 pessetes, el tancament de la revista, la inhabilitació i el desterrament a les Canàries

**CUESTIONARIO  
PROUST  
A BARCENAS  
LUIS**



**★ CUP**  
DAVID FERNANDEZ



Els partits polítics, així com la monarquia, són els objectius més habituals de les revistes satíriques. A dalt, extractes de les revistes *Mongolia*, *El capicua* i *El Jueves*.

## TRADICIÓ HISTÒRICA

En el seu recull de *Revistes d'humor a Catalunya (1972-1992)* (col·lecció "Vaixells de Paper", Col·legi de Periodistes i Diputació de Barcelona), Joaquim Roglan comptabilitza en aquest període el naixement, mort o supervivència de 34 revistes d'humor i 8 suplementos humorístics. D'aquestes, 23 són en català, 15 en castellà i 4 bilingües. La majoria estan editades a Barcelona i altres s'impulsaren des de llocs com Vic, Terrassa, Girona o Figueres. Per la seva part, Iván Tubau a *El humor gráfico en la prensa del franquismo* (ed. Mitre) estudia l'humor en la premsa, fent un repàs a 30 anys de vida espanyola vista a través de l'humor.

per acudits, textos i historietes que el fiscal, que era qui posava la denúncia a instàncies d'un particular, molts cops considerava nocius, perversos i escandalosos, irreligiosos, impropis i impublicables. Anàvem a judici en quadrilla, Ja, Ivá, Fer, Ventura, jo, etc., i ens defensava l'advocat Rosell que sempre argumentava que els acudits estaven fets amb *animus iocandi* i mai amb *animus injurandi*. I gairebé sempre ens absolien", recorda. "Un cop jutjats, i amb la pena imposada, ens feien passar a un despatx on el jutge ens feia firmar les sentències i, al mateix temps ens demanava dibuixos, doncs era un gran admirador nostre. El més curiós és que li dibuixàvem el mateix per allò que ens havia 'empurat' o pitjor... el paio ho celebrava i deia que se'ls emmarcaria", afegeix el dibuixant d'*El Jueves*.

"Els satírics han aportat una cosa necessària i indispensable. Han anat per lliure denunciant abusos i tripijocs, fes qui els fes. Remoure les neurones del lector que davant d'un fet escandalós espera el comentari satíric, burlesc, irònic i crític requereix publicacions així. És

el mateix paper que té un acudit en un diari", considera Nebreda, que va ser un dels fundadors de *Barrabás* i *El Papus*. "Era el principi dels anys 70. Vivíem a les Rambles i coneixíem els quiosquers, els vam preguntar quin tipus de revista trobaven que faltava i els vam explicar el nostre projecte. Ens van aconsellar que no féssim una revista política, perquè

"POLÒNIA I CRACKÒVIA NO EXPLIQUEN TOT EL QUE PASSA, ESTAN FETES DES D'UN PUNT DE VISTA POLÍTICAMENT MOLT CONCRET" JOSE LUIS MARTÍN

ens la tancaríen i que féssim crítica per un altre conducte no tan explícit, per exemple l'esport. Que denunciéssim les martingales de les travesses, els fitxatges, les comissions, els abusos de poder dels fidels al Règim que ocupaven els càrrecs en federacions... manipulacions... etc. Ens va agradar la idea i vam crear *Barrabás*, buscant un patrocinador com va ser *La Vanguardia*. Va ser tot un èxit: 300.000 exemplars a l'any de la seva aparició", recorda Nebreda. Els darrers moments del franquisme van propiciar que els demanessin una revista més política. "I així va ser com va néixer *El Papus*", a la redacció del qual -al carrer Tallers- van

posar la bomba que va fer un mort el setembre del 1977.

"Crec que el gènere satíric s'ha menys-tingut. Avui, l'humor es pot sentir o mirar a la televisió i sobretot a Internet i a Twitter", afirma José Luis Martín. "*Polònia* i *Crackòvia* són bones mostres del que passa a Catalunya, tot i així, no expliquen

tot el que passa, perquè estan fetes des d'un punt de vista políticament molt concret", critica el director de *El Jueves*.

"El que volem és que

la gent rigui, això sí, a través de la paròdia política ens enfrontem a l'estatus quo. És important que no només rebí un partit polític, sinó tota la paleta, i la riquesa a Catalunya dóna un joc brutal", explica Joan Rufas, director de *Polònia*. "Tenim llibertat però també responsabilitat, perquè al cap i a la fi editem les notícies, poses el dit a la plaga, i a partir d'aquí es pot fer la reflexió. És un exercici d'higiene mental, i més en temps com ara. La gent necessita riure", explica Pau Escribano, director del *Crackòvia*, que afegeix que "l'acudit del Farreres és una feina com la que fem nosaltres". "Fem gags que són petites editorials", apunta Rufas. Ç

Més informació a:

[www.elcapicua.cat](http://www.elcapicua.cat) → *El Capicua*

[www.laquera.cat](http://www.laquera.cat) → *La Quera*

[www.revistamongolia.com](http://www.revistamongolia.com) → *Mongolia*

[www.eljueves.es](http://www.eljueves.es) → *El Jueves*

[www.charliehebdo.fr](http://www.charliehebdo.fr) → *Charlie Hebdo*

[www.private-eye.co.uk](http://www.private-eye.co.uk) → *Private Eye*

*Revistes d'humor a Catalunya (1972-1992)* (col·lecció "Vaixells de Paper", Col·legi de Periodistes i Diputació de Barcelona), Joaquim Roglan.

*El humor gráfico en la prensa del franquismo* (ed. Mitre), d'Iván Tubau.

+ info

# L'OBJECTIU APASSIONANT DE JOANA BIARNÉS

La primera reportera gràfica d'Espanya  
repassa la seva trajectòria

TEXT ANNA GALDÓN

**Original i atrevida enmig d'un món d'homes, la primera fotoperiodista catalana i espanyola recorda a setanta-set anys d'edat els inicis difícils, els reportatges fets per tot el món, les nombroses anècdotes amb personatges cèlebres o els reportatges sobre la dona treballadora.**

“Ringo Starr va obrir la porta i em va dir: ‘You!’ . Jo li vaig dir, ‘please, only one picture’. Així va ser com em vaig passar quatre o cinc hores fotografiant els Beatles”. Era el 3 de juliol de l’any 1965 i el grup de música més famós de la història s’estava a la suite de l’Hotel Avinguda Palace de Barcelona. Venien de Madrid, a on ja havien donat una roda de premsa. Però, tot i haver-la cobert per al diari *Pueblo*, Joana Biarnés, primera reportera gràfica de tot l’Estat, no n’havia quedat contenta. “Sabia que havia d’anar a Barcelona”, sentència.

Així, amb aquesta tenacitat, perseverança i, perquè no, tossuderia, va aconseguir un bitllet a l’avió Superconstellation d’Ibèria que els portava a la Ciutat Comtal. “Un cop dins vaig anar al bany. En aquells avions no hi havia portes, hi havia una lona que es podia enretirar. Jo, que sempre portava la càmera i el zoom a la bossa, vaig col·locar l’objectiu a través dels ganxets i vaig començar a fotografiar en Ringo, que el tenia davant. Però em vaig emocionar tant que el guardaespalles em va veure i em va treure d’allà. Ara, ja estava contenta,

sabia que tenia un material que no tenia ningú més!”, recorda. Al cap d’unes hores, Biarnés aconseguiria un reportatge molt més especial i únic, la sessió de fotografies íntimes i quotidianes amb els Beatles.

“Tenia tan clar –recorda– que em faltava ‘la foto’, que vaig pujar pel muntacàrregues a la tercera planta de l’hotel”.

Evidentment, Ringo la va reconèixer. “Un cop dins vaig pensar que si muntava el flaix de seguida em farien fora... així que vaig fer-ho sense, per no cansar i perquè pensessin que no sortiria res de bo.

"YOU!" EXCLAMÀ RINGO STAR AL OBRIR LA PORTA.  
AQUELL DIA ES VA ESTAR HORES FOTOGRAFANT  
ELS BEATLES A L'HABITACIÓ DE L'HOTEL PALACE

Portava un carret 400 ASA i vaig anar fent. Un estava llegint, l’altre assajava... Em van preguntar per Barcelona, la gastronomia, el flamenc... Vaig marxar quan va venir Epstein, el seu manager. Abans els vaig demanar una foto tots junts, perquè vaig pensar que si no aquella història no se la

creuria ningú”. Com que *Pueblo* ja havia cobert l’estada a Madrid, el reportatge “Una jornada con los Beatles” es va publicar a la desapareguda revista *Ondas*, i al cap d’uns anys, a *Rolling Stone*.

Aquesta és una de les moltes anècdotes de Joana Biarnés, fotògrafa poc coneguda pel gran públic, però molt recordada entre les celebritats de l’època per ser la responsable d’algunes de les imatges més representatives del franquisme i la transició. Nascuda a Terrassa el 1935, filla del fotògraf esportiu Joan Biarnés, va començar a revelar les imatges del pare de ben petita, per ajudar a casa. Tot i que volia ser telefonista, aviat va descobrir que la professió del

progenitor era també la seva passió. “Un dia van venir a casa uns excursionistes que havien descobert unes coves i volien fotografies. El meu pare anava tan estressat que els va dir que no podia, però els vaig dir que jo ho faria. No coneixia la tècnica en profunditat, si bé havia fet casaments,





A la pàgina anterior, Joana Biarnés en l'actualitat. Foto: Vicente Pruna.

A dalt, Salvador Dalí a Portlligat amb uns convidats. A la dreta, Rudolf Nureiev amb Antonio El Bailarín durant l'estada a Madrid del primer d'ells. Per fer la foto, Biarnés es va fer passar per la secretària del ballaor. Fotos: Arxiu de Joana Biarnés.



comunions... Anava carregadíssima amb el flaix (un *blaupunkt* alemany que pesava quilo i mig), la torxa, les càmeres, la maleta..., tot i així, vaig baixar per la corda i vaig fer la feina. Quan el meu pare ho va revelar va veure que jo tenia ull i va parlar amb el *Mundo Deportivo* perquè ho publicuessin”, recorda. Aquell va ser el primer cop que va publicar en un diari i firmat “Juanita Biarnés”.

## TESTIMONI DE LES RIUADES

La firma, precisament, no ajudava. Biarnés era una dona, i tot i poder estudiar gràcies al suport del seu pare, no va tenir les coses fàcils. A la dècada dels cinquanta, només un 20% dels alumnes d'estudis superiors eren dones, i la majoria ho feien per status i no per tenir una carrera professional.

Biarnés, que cada dia anava de Terrassa a Barcelona, sabia que era una oportunitat única, i no va desaproveitar cap de les classes a l'Escola Oficial de Periodisme ubicada a la Rambla de Santa Mònica. Tot i començar amb certa por –la seva família era apolítica i no sabia “què s’havia de contestar” als professors–, va estudiar amb altres noies (com Montserrat Campanyà, filla del fotògraf Antoni Campanyà) i va rebre classes de professors com el fotògraf Luis Marsillach o el periodista Manuel Del Arco.

Aquest últim va ser un dels que més va marcar la trajectòria de la jove Biarnés. “El primer dia em va preguntar si m’agradaven els toros, i li vaig dir que m’horroritzava la sang! En acabar la classe, em va fer un encàrrec: el dimecres havia de fer un reportatge a l’escorxador”, recorda. Biarnés hi havia d’anar dimecres perquè era el dia que mataven de tot. Decidida, hi va anar a les quatre de la matinada. “Vaig quedar emborratxada de les olors, els crits... tant, que en acabar vaig demanar si havia més per fotografiar. I sí, el director em va portar al museu de deformacions! Vaig fotografiar una vaca amb dos caps, una cabra amb sis potes... Quan ho vaig dur a classe, Del Arco em va dir ‘vostè serà reportera’. Després d’això,



Joana Biarnés, de jove, prenent fotografies amb una de les seves Hasselblad.

ja vaig poder aguantar moltes coses”, recorda amb un somriure.

La duresa d’aquella jornada a l’escorxador no va ser res en comparació al que li esperava uns anys més tard: ser, juntament amb el seu pare, l’encarregada de fotografiar i deixar testimoni de les riuades de Terrassa

## "VOSTÈ SERÀ REPORTERA" VA PREDIR-LI EL PERIODISTA MANUEL DEL ARCO QUAN VA VEURE LES IMATGES QUE HAVIA PRES EN UN ESCORXADOR

del 1962. Tot i treballar ja a Madrid al diari *Pueblo*, Biarnés s’estava a la capital del Vallès de visita, i tornava de Barcelona quan es va posar a ploure amb força. Va arribar a Terrassa en l’últim comboi, ja que pocs minuts després va caure el pont que permetia la connexió entre les dues ciutats. Un cop a casa, el seu pare li va demanar que preparés les càmeres mentre

ell sortia a mirar què passava. Però quan va tornar, recorda, li va dir que deixés les càmeres i sortís a ajudar. “La gent desapareixia pels forats de la claveguera”, recorda. Amb els primers raigs de sol, els dos fotògrafs van decidir anar a buscar les càmeres i dividir-se per cobrir-ho tot. En retrobar-se, Biarnés va agafar els rotllos i va començar a caminar cap a Barcelona per fer autoestop. Sense pensar-s’ho, va anar a revelar-ho a casa d’Antoni Campanyà. Quan aquest va veure les fotografies va trucar Federico Gallo, responsable dels informatius de TVE, i les fotografies van servir per donar a conèixer la tragèdia a tot l’Estat.

En tornar a Madrid, va continuar amb la feina a *Pueblo*, diari a on treballava com a reportera gràfica. Sempre a la recerca de “la foto”, Biarnés aviat va aprendre que,

per destacar en un món d’homes, havia de ser única. Al principi, va haver de cobrir tot allò que les “estrelles” del diari, tal com ella mateixa defineix, no volien fer. Però aviat va començar a guanyar-se el respecte de companys i directius gràcies a l’originalitat. La clau era que ella feia les fotografies que no feien els altres. “Tenia idees, em colava als llocs, em superava... sempre volia demostrar que ells podien ser estrelles, en canvi, jo tenia idees”, afirma.

## EN UN MÓN D’HOMES

Joana Biarnés és el gran testimoni d’una època interessant i, a la vegada, molt dura per a les dones que volien destacar professionalment. El franquisme no era la millor conjuntura, i menys per a aquelles que volien desenvolupar una tasca considerada masculina, com ara la fotografia. Tot i que algunes reporteres de guerra ja havien obert el camí (l’alemanya Gerda Taro és segurament la que millor exemplifica el perfil de dona reportera durant la guerra civil) no hi havia cap pauta per a aquelles que volien ser fotògrafes en un mitjà de comunicació, i menys, per a les que ho volien dur a terme en ple franquisme.

Segons apunta Hermine Catry, assessora tècnica de la Conselleria d’Educació i Ciència de Brussel·les, a l’article “Situación de la mujer española en el siglo xx” (*Revista Mosaico*, 1960), tan sols un 15% dels treballadors eren dones, i la majoria tenien feines poc remunerades. Amb aquest marc de fons, Biarnés va haver d’aguantar molt: crits i males paraules mentre fotografiava actes esportius, crítiques per anar amb pantalons o impediments per cobrir esdeveniments tot i tenir acreditació de totes les federacions esportives. Biarnés ho va passar realment malament el dia que un àrbitre va parar un partit de futbol Barça-Espanyol per culpa de la seva presència. Eren a Les Corts, i el seu pare li havia demanat que l’ajudés per cobrir les dues porteries. Asseguda a terra, amb una faldilla llarga i el seu coixí de sempre, Biarnés va començar a estar incòmoda: “Els crits del públic eren

espectaculars: “A fregar plats!”, deien mentre muntava les càmeres. Jo mai feia cas, però de cop veig que l'àrbitre para el partit, ve cap a mi i em diu que marxi perquè la zona està reservada. Jo li dic que sóc fotògrafa i em diu que no li prengui

## 'A FREGAR PLATS!' LI CRIDAVA EL PÚBLIC DE LES CORTS. POC DESPRÉS, L'ÀRBITRE ATURÀ EL PARTIT. NO ES CREIA QUE UNA DONA FOS FOTÒGRAFA

el pèl! Fins que no va venir el director del camp no es va reprendre el partit. Va ser molt fort”.

Per moments com aquests, Biarnés sabia que havia de canviar el xip i prendre-s'ho el millor possible. No era l'única, la majoria de dones treballadores de l'època així ho havien de fer si no volien abandonar. Incansable, va decidir definir-se com a fotògraf (mai fotògrafa, ja que li semblava més equitatiu) i vestir molt femenina. Una determinació que ha estat sempre el seu tret més característic. Elegant, guapa i esvelta, mai va fer cap concessió a la professió.

I, curiosament, aquesta va ser una de les seves armes més infalibles: el factor sorpresa funcionava. Ningú s'esperava una dona fotògrafa i, menys, ben vestida. Però a més, hi havia un segon element: moltes vegades els homes creien que “no podria

fer res de bo” i la deixaven entrar a llocs privilegiats des d'on aconseguia grans instantànies.

Ara bé, malgrat aquests petits avantatges, la majoria de vegades el simple fet de ser dona ja li complicava les coses. A *Pueblo*, per exemple, no la podien enviar a cobrir temes a les Corts Generals de Madrid. “Els grisos em feien fora. Jo portava acreditació i em coneixien. Tot i això, em deien que tenien ordres de no deixar-me passar”, confessa Biarnés.

Altres dones es van trobar després amb les mateixes barreres. La Transició va obrir la porta a altres professionals amb inquietuds, encara que la presència femenina sempre va ser limitada. El que sí recorda

## NO OBLIDARÀ QUAN CLINT EASTWOOD VA BESAR-LA ALS LLAVIS O QUAN JACK LEMON BROMEJAVA AMB ELLA MENTRE TOCAVA EL PIANO I BEVIA CERVESA

Biarnés són les corresponsals que es va trobar a l'estranger: “Tot i que no érem gaires, hi havia reporteress de guerra, sobretot nord-americanes. I, d'europèes, n'hi havia la Cristina Spengler, molt bona en conflictes bèl·lics. Fora d'aquest àmbit

hi havia poca cosa. Sí que vaig coincidir amb algunes als Oscars, per exemple. Però fins als anys setanta no hi va haver el boom”.

## PER TOT EL MÓN

Amb el tancament de *Pueblo* va arribar la que és segurament una de les etapes més interessants de Joana Biarnés. A través de les agències per a les quals va treballar durant dues dècades, va poder desenvolupar el seu talent i fer realment allò que més li agradava: viatjar per trobar històries úniques i, si podia ser, que mostressin la realitat de la dona treballadora. Amb el marit, el també periodista Jean Michel Bamberger, va crear l'agència Sincropress, i a final de la dècada dels setanta va començar a viatjar. Va anar a Mèxic, a on va conèixer la dona de Pancho Villa i on va visitar *la soldadera* de Cuernavaca, una dona molt gran que era l'orgullosa en-

carregada de portar el correu postal al mateix revolucionari mexicà; va recórrer el Japó per plasmar la realitat de les dones pescadores; va

fotografiar davant del Kremlin al cantant Raphael, de qui era la fotògrafa personal... En definitiva, va explotar la llibertat que li donava poder escollir. Va ser també llavors quan va creuar l'Atlàntic per cobrir rodatges nord-americans. El que recorda amb

### DEMANDA A LA SÈRIE CUÉNTAME

De jove, Joana Biarnés treballava amb el pare. Fotògraf, poeta i un gran intel·lectual, Joan Biarnés només li va demanar una cosa el dia que li va exposar que volia ser fotògrafa: “Molt bé, t'entenc. Però no em facis baixar mai el cap”. Aquesta premissa i l'admiració cap a la figura paterna la van empènyer, el 2007, a interposar una demanda contra la sèrie *Cuéntame*, de TVE. A la ficció, hi ha un personatge anomenat Juana Biarnés que treballa a *Pueblo* manté una història d'amor amb el fill dels Alcántara. “M'hauria fet gràcia si no fos perquè, a la sèrie, el pare de Juana Biarnés és un guàrdia civil i un torturador, mentre que el meu pare era un professional molt honorat i estimat a Terrassa. Vaig pensar que hi havia de fer alguna cosa”, aclareix.





A dalt, la soldadera de Cuernavaca que portava el correu a Pancho Villa. A baix, els Beatles a Barcelona.

més emoció d'aquesta època és la trobada amb Clint Eastwood, a qui adorava. "Vaig veure que venia, amb aquells ulls... i les cames em van quedar clavades. Jo pensava que era absurd, amb tot el que havia fet...! Es va acostar i em va fer un petó als llavis. Per mi és l'anècdota personal i professional més entranyable". Precisament,

en un altre viatge als EUA, mentre cobria el rodatge de la pel·lícula *Front Page*, de Billy Wilder, Jack Lemon li va preguntar d'on venia. Quan va dir que d'Espanya, l'actor, que en aquell moment tocava el piano i bevia una cervesa, li va exclamar: "D'Espanya vénen a fotografiar-me? Sí que sóc important!".

D'anècdotes, històries i curiositats, Joana Biarnés (o Juanita Biarnés quan vivia a Madrid) en té per a tots els gustos. Resulta difícil resumir-ne la trajectòria en aquestes pàgines. Desperta, intel·ligent i molt inquieta, va arribar un moment, el 1985, en què es va cansar de la professió. Tot i tenir "cor de reportera", es va desamorar de l'ofici a causa de l'estil sensacionalista que s'imposava i va decidir obrir un restaurant a la casa que tenia a Eivissa. "Vaig veure que es perdia la sensibilitat i que no es valorava la feina del fotògraf. S'estava perdent el respecte als professionals. La nostra és una feina única, creativa, sensible, humana. Ara tothom publica el mateix, i a mi el que realment em motivava era obtenir allò extraordinari", recorda.

El canvi li va permetre desenvolupar una segona gran passió, la cuina, i acollir molts dels amics de l'època de fotògrafa. Joan de Borbó, Cayetana de Alba o Raphael i Natalia Figueroa eren habituals de Ca Na Joana. Després de quasi dues dècades a Eivissa, Biarnés viu entre Viladecavalls i la seva estimada illa, i prepara un llibre sobre la patata eivissenca. A setanta-set anys, ha participat en els actes commemoratius dels cinquanta anys de les riuades del Vallès i en l'exposició "Fotògrafos: la voluntat de contar", d'Enrique Cano, que té per objectiu fotografiar els professionals gràfics més importants de la Transició i que mesos enrere es va poder veure a la Fundación Telefónica de Madrid.

Precisament, pel seguit d'esdeveniments que pretenen redescobrir la seva obra, ha començat a digitalitzar el seu arxiu amb l'ajuda d'un periodista de Terrassa. "La llàstima —explica— és que no hi ha els negatius de l'època de *Pueblo*. Quan va tancar, es van perdre. És l'única cosa que lamento de la meua carrera, no haver-ne fet còpies abans de deixar-los al laboratori". Però en aquella època només volia fotografiar, i no es va preocupar de la resta. Per ella, només hi havia una finalitat, un objectiu. Tot es reduïa a la senzilla i a la vegada increïble i complexa tasca d'aconseguir "la foto". Ç

*Dossier*  
*Periodisme en solitari*



# CADA COP MÉS EXTERNALITZATS

Anàlisi d'una tendència creixent  
en el periodisme actual

Les redaccions dels mitjans de comunicació de tot el món s'estan fent cada cop més petites, però la feina sovint és la mateixa. Això implica encarregar fora tasques que abans feien assalariats. Les empreses periodístiques cada vegada depenen més dels freelance i tot apunta que aquesta tendència no és només irreversible, sinó que, a més, augmentarà en els propers anys.



TEXT LINA MARÍA AGUIRRE-JARAMILLO / JORDI ROVIRA  
FOTOS DOSSIER SERGIO RUIZ

El 2010, la Federació Internacional de Periodistes (IFJ amb les sigles en anglès) documentava l'augment del "periodisme individualitzat i freelance, mentre que el treball en equip i l'experiència de la redacció col·lectiva està disminuint". "La feina estable està passant a un segon pla", conclouïa. Així doncs, les redaccions europees es recomponen i, al mateix temps, ho està fent el panorama laboral per al periodisme professional freelance.

Malgrat que la inestabilitat i el desavantatge salarial és un denominador comú en diferents països, la versatilitat d'opcions per als que exerceixen independentment és, avui en dia, un camp obert amb

## LA FEDERACIÓ INTERNACIONAL DE PERIODISTES, EL 2010, JA ADVERTIA DE L'augment DEL "PERIODISME INDIVIDUALITZAT I FREELANCE"

algunes possibilitats viables tant professionalment com econòmicament. Així, el nombre total de periodistes en actiu a la Unió Europea s'estima entre 220.000 i 300.000, dels quals un 27% treballen com a freelance o autònoms, tenint en compte que poden ser un 20% en països com Hongria o Bulgària, fins a un 60% a França o Alemanya. Es calcula que un 10%

treballa amb contractes temporals o amb altres tipus d'acords atípics. Aquestes xifres corresponen a l'Informe sobre la indústria de mitjans i l'exercici periodístic a la UE, publicat al març de 2011 i formava part de l'Estudi de Viabilitat per al pla Erasmus realitzat per l'European Journalism Centre (EJC, Maastricht) i l'Economisti Associati (Bolonya).

Estudis previs —de 1995 i 2003— ja mostraven un augment constant dels freelance. Així, entre aquests dos anys els periodistes externs ja havia augmentat un 38%. I, tot i que en alguns països se'ls veia com un "alt professional, amb habilitats considerables, experiència, poder de negociació econòmica i, en conseqüència, alts ingressos" —particularment en el cas del Regne Unit—, l'estudi de 2003 alertava sobre la preca-

rietat de la situació general dels professionals autònoms, degut als sous baixos i a la manca d'accés a serveis de protecció social, salut o pensió. En aquest sentit, les excepcions honorables es donen a Noruega, Finlàndia, França (amb un estatut per als *pigiste*), Alemanya (amb un estatut per als *arbeitnehmerähnlich*) o a Dinamarca, on en cas de trobar-se a l'atur, compten amb un

programa d'assegurança completa amb una compensació en efectiu i accés a la formació contínua.

L'estudi conclou que els freelance constitueixen "una part important dels mitjans i tenen un gran paper en la qualitat i la llibertat de premsa", i que per això necessiten "enfortir la posició, que el seu estat sigui reconegut com una forma especial d'autoocupació". També s'adverteix sobre l'ingrés anual mitjà, que el 2001 estava al voltant dels 13.900 euros per als que col·laboraven en un diari o mitjà en línia, 25.000 euros per al mitjà individual i fins a 29.000 euros per als que treballaven en revistes especialitzades. D'altra banda, s'observa un decreixement dels autònoms treballant per a mitjans impresos i audiovisuals, i un increment en els que s'associaven a una agenda independent o treballaven directament des de casa.

## EFFECTES DE LA CRISI

Entre 2008 i 2010, la crisi econòmica, sumada a la pròpia de la indústria periodística, va comportar una reducció generalitzada de les plantilles a tot Europa, majoritàriament en mitjans impresos, entre els quals set de cada deu periodistes informaren d'acomiadaments en les respectives redaccions. Aquesta



La periodista Mar Cortès a casa seva. Aquesta freelance valora la flexibilitat que suposa el fet de treballar com a autònoma.

reducció s'ha presentat més agudament a la Península Ibèrica, així com també a la regió del mar Bàltic, Hongria i Bulgària. En canvi, a Bèlgica, els Països Baixos i el Regne Unit s'observa una estabilitat i, fins i tot, un increment en la feina periodística. L'informe del 2011 apunta que més de la meitat d'empreses periodístiques que han reduït les plantilles han conservat o augmentat el nombre de col·laboradors freelance, sobretot a Alemanya, França i Polònia, mentre que a Itàlia, Portugal o Bulgària les retallades han afectat de la mateixa manera assalariats i autònoms.

A més de la reducció de plantilles, en els darrers quatre anys les redaccions europees han experimentat altres

## ENTRE 1995 I 2003, EL NOMBRE DE PERIODISTES FREELANCE VA AUGMENTAR A EUROPA EN UN 38%

profundes reestructuracions. Així, un 40% s'han convertit en integrades –tradicional i digital– i es percep que aquesta tendència seguirà a l'alça. Al mateix temps, els ciutadans europeus han canviat els hàbits de consum de mitjans, en bona part degut a la proliferació de la banda ampla i dels continguts digitals (incloent-hi aplicacions web i mòbils). Actualment, un terç de la població adulta europea ja utilitza Internet per accedir a diaris i revistes.

Així doncs, la conclusió principal de l'informe és que la tendència a externalitzar augmenta, sobretot a la zona centreeuropea compresa entre França i Polònia, mentre que a Espanya, Hongria i Romania el trasllat de la feina als freelance és menys fort.

### PERFILA L'ALÇA

Tot i la tendència creixent dels freelance a Europa, a Espanya, en nombres absoluts, aquests encara són una minoria. Així, segons l'informe *Reptes del periodisme davant del nou escenari digital*, del passat mes de novembre, editat per AdComunica (Associació per al Desenvolupament en la Comunicació) i coeditat per la

Universitat Complutense de Madrid i la Jaume I de Castelló, aquest tipus de feina encara és una opció minoritària. Les dades de l'informe,

que provenen de l'Agència Nacional de l'Avaluació de la Qualitat i l'Accreditació (ANECA), constaten que els freelance espanyols tenen poc pes en la professió, ja que tan sols representen un 6%, mentre en altres professions, com la dels arquitectes, un 72,6% treballa per lliure.

Malgrat aquest pes relativament baix, tot fa pensar que aquesta xifra anirà creixent en els propers anys. Alfonso Sánchez-

Tabernero, professor d'Empresa Informativa de la facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra –i des de l'agost rector d'aquest centre universitari– és un dels experts que millor coneix el funcionament de les empreses periodístiques espanyoles. Segons Sánchez-Tabernero, l'externalització és irreversible. “La crisi publicitària és un fenomen conjuntural, però l'increment del nombre d'ofertes –i la consegüent fragmentació de les audiències– és un fet estructural. Les empreses de comunicació hauran de ser més eficients i flexibles per poder sobreviure. I, en aquest context, s'emmarquen la reducció de plantilles i l'externalització de tasques”.

Des del seu despatx de la redacció a Barcelona d'*El País*, Francesc Valls, subdirector del diari, apunta en el mateix sentit. “Som en un procés de profund canvi, de no-retorn. És irreversible. És un procés de canvi de patrons de feina. I tot l'entorn del 2.0 condueix cap a la dispersió, a una major presència de col·laboradors externs. Abans, les redaccions eren llocs tancats perquè el procés productiu imposava una sèrie de condicions. Actualment, la professió s'ha obert molt i la gent ja pot treballar des de casa. I el periodisme, per tant, ha deixat de ser un treball presencial”, assegura Valls. “Hem de canviar de xip, –prosegueix– hem de fer una altra cosa. Cada cop s'externalitzarà més i als diaris es comptarà amb una xarxa amb freelance periodísticament solvents”.



## CONSELLS PER A UN FREELANCE EUROPEU

L'Informe sobre la indústria de mitjans i l'exercici periodístic a la UE, del març de 2011, mostra com dos de cada tres enquestats en l'informe creuen que les carreres es veurien estimulades amb una major formació en el camp tecnològic i en el maneig especialitzat dels temes que cobreixen habitualment. En general, els que tenen més confiança en les seves habilitats professionals miren amb un optimisme més gran les seves possibilitats com a periodistes, i en aquesta línia, vet aquí algunes de les recomanacions per a una persona que contempli actualment ser freelance a Europa:

### Conèixer i treballar en multiplataformes

Ja no es tracta tan sols d'habilitats multimèdia, sinó d'aprofitar el potencial de dispositius mòbils per a continguts periodístics. Un de cada tres europeus accedeix al web des del mòbil i al voltant d'un 85% dels que tenen tauletes tàctils visiten regularment els webs que contenen notícies.

### Definició i pla de treball

Cal definir si es vol crear una iniciativa orientada cap a la creació de continguts i històries o cap a serveis (agregadors de notícies, de continguts, venda de tecnologia i software). A partir d'aquí, es desenvolupa el pla de treball periodístic, i de negoci: l'emprenedor ha de preparar-se per conèixer el maneig administratiu i financer des del primer moment.

### Creativitat i interacció

Tot i que de manera diferent, als Estats Units, on la interacció web des de webs socials s'ha convertit en *mainstream*, a Europa aquestes xarxes i els blocs van incrementant la presència com a eines per al periodisme, tant com a fonts d'informació i com a instruments per atraure trànsit i audiències. Creix la necessitat d'un treball creatiu que combini criteri periodístic i tecnologia per gestionar aquests recursos (més enllà de funcions bàsiques de *community manager*).

### Intercanvi professional

Alguns casos estudiats d'iniciatives periodístiques freelance europees han sorgit de propostes originals fetes per petits equips de treball als mitjans tradicionals. Els factors culturals influeixen, per suposat. Al Regne Unit, l'actitud predominant és "abraça, no reemplaça" (*embrace not replace*) que facilita l'intercanvi, mentre que a França, algunes iniciatives molt interessants que troben difícil penetració en els grans mitjans.

### Un projecte de referència

El projecte SuBMoJour ([www.submoujour.net](http://www.submoujour.net)) és, fins ara, la referència més actualitzada per als que volen dissenyar un model viable d'iniciativa periodística freelance amb potencial econòmicament sostenible. Correspon a un estudi a Europa, els Estats Units i el Japó.

### La força dels blocs

En lloc de desaparèixer, el fenomen dels blocs segueix en expansió i especialització. Probblogger ([www.probblogger.net](http://www.probblogger.net)) és un espai dedicat a la formació amb una clara orientació d'assessoria pràctica, amb alguns temes força rellevants en l'àmbit europeu.

## UN BUIT EN ELS PLANS D'ESTUDI

Segons l'informe *Anàlisi de l'estat actual de la professió periodística a Catalunya, oportunitats en el sector i necessitats de formació*, -elaborat per Digilab: Media, Strategy and Regulation de la Universitat Ramon Llull per encàrrec del mateix Col·legi de Periodistes- la importància de l'emprenedoria en el sector és una realitat, de la mateixa manera que ho és que aquest fet encara no es troba en els plans d'estudi de les universitats on s'imparteix Periodisme. "Les facultats -apunta l'estudi- són conscients que han de millorar en aquest terreny, però encara no els han tingut temps de portar a la pràctica els remeis que han dissenyat".

## EXPERIÈNCIES DIVERSES

No sempre, però, aquells que viuen el dia a dia des de la primera fila de la professió estan d'acord amb aquest diagnòstic. Així, Bernat Gasulla, subdirector d'*El Periódico de Catalunya*, creu que encara és aviat per saber com quedaran les redaccions quan finalitzi la crisi econòmica, i explica que al diari del Grupo Zeta no tan sols han reduït el nombre de persones que treballen a la redacció, sinó que també ho han fet amb els externs. "Estem reduint la nòmina dels col·laboradors i hem agafat aquells

més propers al diari. Ens ho pensem molt a l'hora de recórrer a un freelance que no coneixem massa", admet.

Si les visions sobre el procés de producció no coincideixen, tampoc no ho fan quan es parla de les informacions que s'encarreguen als freelance, ja que no sempre responen als mateixos paràmetres. Així, Valls assegura que l'experiència d'*El País* és la d'externalitzar "en informacions locals d'un àmbit geogràfic relativament proper", mentre que Gasulla afirma que a *El Periódico* tenen força controlada la informació local i que els interessa més

on el factor gràfic és molt important", assegura.

## EL PERFIL IDEAL

Per Sánchez-Tabernero, el perfil que tindria una major sortida en el mercat actual són el d'aquelles persones "que puguin aportar valor a un preu raonable; que sàpiguen escriure bé, que tinguin accés a fonts, amb imaginació per abordar qüestions que interessin al públic i que se surtin de les pautes informatives rutinàries. També han de ser capaços de donar-se a conèixer". Valls coincideix en aquesta anàlisi: "El freelance ideal és la persona que, amb solvència i professionalització, aporta temes allà on el diari no arriba, perquè

## MÉS DE LA MEITAT D'EMPRESSES EUROPEES QUE HAN REDUÏT LES PLANTILLES HAN CONSERVAT O AUGMENTAT ELS COL·LABORADORS EXTERNES

externalitzar la feina de notícies que el diari no pot controlar, sobretot en països en conflicte. "Per exemple, la feina d'alguns periodistes que han estat a Síria o la de fotògrafs que estan en zones on la circulació de la informació és molt limitada, i més en un mitjà com el nostre

és impossible ser a tot arreu. El freelance aporta un valor afegit". "La informació estricta -conclou Gasulla- ens arriba per moltes vies, així que el freelance ideal és el que és allà on nosaltres no podem ser-hi i el valor afegit és el fet presencial d'on no podem arribar". Ç

Més informació a:

Estudi *Feasibility Study for the preparatory action "Erasmus for Journalists". Statistical Review and Final Report. European Commission. 2011* ([http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/mobility/erjo\\_part2\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/mobility/erjo_part2_report.pdf))

Estudi *Journalism Unions in Touch with the Future* (IFJ, 2010) (<http://congress.ifj.org/assets/docs/131/026/f757f83-48b2e1a.pdf>)

Estudi de les tendències mundials del Periodisme (WAN, 2010) ([www.wanifra.org/reports/2010/07/23/world-press-trends-2010-edition](http://www.wanifra.org/reports/2010/07/23/world-press-trends-2010-edition))

[www.submoujour.net](http://www.submoujour.net) → SubMoJour Project

[www.problogger.net](http://www.problogger.net) → Prologger

+ info

*Dossier*  
*Periodisme en solitari*



# ENTRE LA INDEPENDÈNCIA I LA INESTABILITAT

Reflexions dels freelance veterans en temps difícils

La figura del freelance està a l'alça en el periodisme degut al fet que molts periodistes no tenen més remei que posar-se a treballar pel seu compte. En aquest article, alguns freelance veterans repassen la seva trajectòria i valoren els pros i contres que troben, sobretot en uns temps durs per a la professió com són els actuals.



TEXT LALI SANDIUMENGE



És molt d'hora al matí i les periodistes Ethel Bonet i Mar Cortès treballen davant de l'ordinador. L'Ethel és a casa d'un amic a Islamabad i la Mar a casa seva, a Barcelona. La Mar pren un cafè i l'Ethel fuma una cigarreta. Les dues estan connectades a Facebook i segurament les dues escolten música (la Mar és una fan de Bruce Springsteen i fins i tot n'ha escrit dos llibres). Totes dues gestionen les respectives "empreses" amb el mòbil i el portàtil, no necessiten pràcticament res més. Sona bé? Fa una mica d'enveja? No tanta si es té en compte que és dissabte i que molts dels seus amics dormen o han anat a passar el cap de setmana fora. Totes dues són freelance i, tot i que n'estan satisfetes, no és un camí de roses. L'Ethel ha cobert aquests dies la "marxa d'un milió" encapçalada pel líder religiós paquistanès Tahirul Qadri, però n'ha pogut publicar poca cosa. "Ja saps com funciona. *No blood, no news*. Les bones notícies no són notícia", es lamenta.

L'Ethel és freelance des del 2005, quan va arribar a Egipte, i diu que ho és per vocació. Va viure uns anys al Caire, després uns quants a Islamabad i actualment està instal·lada a Beirut, des d'on cobreix l'actualitat del Pròxim Orient per a molts mitjans com els diaris *Ara* i *La Razón*, el colombià *Tiempo* i Onda Cero. Es guanya precàriament la vida, tot i que és una professional valenta que se la juga sovint en zones de conflicte.

Per la seva part, la Mar treballa pel seu compte des del 2004, quan va començar a treballar com a guionista a TVE i li van fer un contracte mercantil. Viu a Barcelona i col·labora actualment amb l'*Ara* i Catalunya Ràdio. Durant uns anys, li va anar molt bé. "Però actualment per viure com a freelance com fa tres o quatre anys hem de treballar tres vegades més, i no hi ha tres vegades més de feina", admet.

La independència és el principal avantatge de ser freelance i la inestabilitat, el principal inconvenient. Ho subratllen diversos periodistes, veterans en l'art de

buscar-se la vida per lliure. La llista de pros i contres és bastant coincident: entre els primers, hi ha el fet de tenir la pròpia agenda i un horari flexible, no haver de dependre (o aguantar) un cap, mantenir-se constantment actiu, defugir la rutina i fer temes diversos. "Per necessitat, cal que siguis més imaginatiu, més obert, més expert en mitjans, formats i estils... Tot el contrari del concepte funcional del periodisme, molt dominant a Espanya", opina el britànic Justin Webster, que el 1991 va deixar la secció d'Economia del diari *The Independent* i es va instal·lar a Barcelona per aprendre castellà i escriure periodisme narratiu. "Sabia que al diari tindria més seguretat, encara que seria més avorrit i potser acabaria fent coses que no m'interessarien", afegeix. Des del 1996, dirigeix la productora de documentals i reportatges JWP Productions.

## CONCILIACIÓ FAMILIAR

L'Eva Millet afegeix un altre avantatge que sembla prioritari només (o sobretot) en el cas femení: ser freelance permet conciliar més fàcilment la vida familiar i la laboral en una professió d'horaris sovint

"PER VIURE COM FA TRES O QUATRE ANYS HEM DE TREBALLAR TRES VEGADES MÉS, I NO HI HA TRES VEGADES MÉS DE FEINA" MAR CORTÈS

demencials (especialment als diaris). L'Eva es va establir per compte propi el 2001, quan va tancar la revista on treballava i es va quedar embarassada. La Mar, que té un nen, també valora la flexibilitat, que li permet adaptar-se als horaris del seu fill. Avui, precisament, aprofita que ell és a l'esplai per obrir un bloc per a un restaurant a qui porta la premsa.

La varietat de contres és llarga, però en destaca una: la incertesa i precarietat econòmica. "El més agraït és que jo em faig l'agenda i trio els temes. El més dur és veure la factura i comparar-la amb les hores que hi has dedicat", resumeix Jordi

Pérez Colomé, que va començar a treballar pel seu compte just a l'inici de la crisi, el 2009. El seu "client" principal és el seu bloc, *Obamaworld.es*, si bé publica de tant en tant en alguns diaris com *El Mundo* i l'*Ara* i les revistes *Letras Libres* i *El Ciervo*.

Una crònica o un reportatge triga el que triga a fer-se i no es pot posar el rellotge i parar de sobte. Un documental es pot convertir en una feina de mesos. Si es calcula el temps invertit a pensar el tema, investigar-lo, vendre'l, produir-lo, recollir la informació i escriure'l, mai surt a compte. Negociar tarifes és esgotador i normalment són els mitjans els qui tenen la paella pel mànec. "La competència és ferotge i has de saber negociar. Que et valorin en la mesura justa: ni massa ni massa poc", aconsella en Justin.

En èpoques de vaques magres, com l'actual, els freelance són els professionals més vulnerables. Un altre problema que afronten és que a vegades no se'ls paga la feina si no es publica o que no l'arriben a cobrar mai o molt tard si el "client" està en crisi. Tampoc no es recuperen el temps i els diners que s'han invertit a preparar un projecte —d'un documental, per exemple— si al final queda en no-res. A l'Ethel, que sol trigar a recuperar les despeses que avança

per als viatges, li va quedar al calaix fa poc un reportatge sobre Síria. "Ja n'estem cansats", li van dir.

## SOLEDAT I INCOMPENSIÓ

Una altra queixa que esmenten alguns professionals, sobretot els que viuen a l'estranger, és que ni es té l'escalf de la redacció ni s'hi pot comptar gaire. "Quan ets freelance et trobes sovint molt sol i abandonat pel mitjà", reflexiona Paco Soto, un periodista ja molt veterà que ha treballat per lliure per a tot tipus de mitjans de tot l'Estat i que va viure quatre anys al Marroc i quatre més a Polònia.



A la portada, Jordi Pérez Colomé. En aquesta pàgina, Eva Millet a l'estudi de casa seva, des d'on treballa.

Avui dia, Soto torna a ser a Rabat i, per primer cop, amb una feina en plantilla: dirigeix *Correo Diplomático*, un diari hispanomarroquí digital. “És dur, t’enfrontes a molta incomprensió i sovint a la insolidaritat dels companys de plantilla”, afirma. Però no sempre és així. En Paco recorda, agraït, com el 2001, estant-se al Marroc, el comitè d’empresa de l’*Avui* va pressionar perquè els col·laboradors cobressin els endarreriments.

L’Eva Millet, que va treballar cinc anys a la BBC-radio a Londres i un any a Mèxic per a aquesta cadena com a *stringer* (col·laborador regular que sovint té un sou fix) subratlla la diferència dels freelance dels mitjans britànics respecte

dels espanyols. “Allà és un professional habitual, aquí no s’entén tan bé: sembla que no ens quedi un altre remei que ser-ho

## ALGUNS AVANTATGES SÓN UNA AGENDA PRÒPIA, UN HORARI FLEXIBLE, NO DEPENDRE D’UN CAP, DEFUGIR LA RUTINA I FER TEMES DIVERSOS

quan no sempre és així!”, exclama. L’Eva també ha tingut la sort de comptar amb col·laboracions regulars. Treballa des de fa anys per als suplementes de *La Vanguardia* i per a diverses revistes del grup RBA, fet que li aporta una certa estabilitat. Molts freelance, però, han de complementar la feina com a periodistes amb altres tasques

relacionades. El Jordi, per exemple, dóna classes per completar el sou. Això no passa als que són a l’estranger encara que, sovint, com és el cas de l’Ethel i el Paco, estan “pluriempleats” i tenen més cròniques per escriure que mans i teclats.

En el balanç final, s’imposen els inconvenients i més en els temps que corren. Ho resumeix bé la Mar: “Cada cop el preu de les peces és més baix, l’IRPF més alt i hi ha menys feina”. Amb tot, la independència i la llibertat guanyen per golejada: a tots els compensa. Conclusió? “Si no et mata, et farà més fort”, riu en Justin. Ç

# DECÀLEG DE SUPERVIVÈNCIA

Els diferents freelance veterans consultats aporten la seva experiència per fer recomanacions als periodistes que comencen a treballar pel seu compte. Aquí hi ha un resum –en forma de decàleg– dels principals consells.

## 1 No et posis mai malalt

Hi ha un acudit que explica com algú demana un desig al geni de l'ampolla: "No vull estar mai malalt", sol·licita. "Doncs et converteixo en autònom!", li atorga el geni. És literalment així. Un freelance ha de seguir treballant, si vol cobrar. Fins fa poc, ni tan sols hi havia baixa per maternitat per a les treballadores autònomes. L'Eva Millet es va assabentar que ja l'havien concedida fent un reportatge. "Quan vaig anar a l'Oficina de la Seguretat Social a sol·licitar-la, no sabien de què els parlava! Em van dir que era la primera autònoma, com a mínim de Catalunya, que ho demanava", explica rient.

## 2 Estalvia i planifica bé

Fa uns anys, molts freelance es van felicitar les festes enviant-se un enllaç a un web titulat amb ironia "Aquest Nadal apadrina un freelance". Reproduïa la imatge d'un periodista escrivint com un boig davant d'un ordinador, de nit, amb la televisió encesa i un barret de pare Noel de decoració. Recordava una obvietat: els autònoms no tenen vacances pagades ni paga de Nadal. Cal estalviar per poder-se "autopagar" les vacances i també perquè quan es perd la feina no es cobra ni indemnització ni subsidi d'atur. També és recomanable treballar a mesos vista: cal pensar en feines a curt, mitjà i llarg termini i conèixer bé el mercat, és a dir, els mitjans i com funcionen.

## 3 Organitza't bé els horaris

Tenir flexibilitat horària és un luxe, però es pot convertir també en un malson. S'acaben fent més hores que un rellotge, treballant de nit i caps de setmana. Per això, cal posar límits, ser pragmàtics i possibilistes, i treballar tan bé i tan ràpid com es pugui amb els recursos disponibles. És essencial ser molt organitzat i dur una bona agenda.

## 4 Negocia preus dignes i busca altres rendibilitats

Aquest és el consell dels més veterans i l'han après a força d'experiència. Hi ha mitjans que paguen bé, n'hi ha que paguen decentment i n'hi ha que esperen que es treballi pràcticament de franc. És la llei de la selva i de l'oferta i la demanda, i ara mateix sobren periodistes i falten mitjans. Negocia sempre que puguis el preu just, fixa l'import d'una manera molt clara abans de començar a treballar i, sobretot, no t'autoprecaritzis. Guanyaràs molt poc i et frustraràs molt. Això sí, valora la feina en funció també d'altres rendibilitats: sovint hi ha beneficis intangibles, com és el cas d'un contacte que et pot obrir portes en un futur.

## 5 Comparteix, col·labora i minimitza despeses

Treballar a casa té inconvenients. Un és l'aïllament, l'altre posar ordre en les prioritats. "Et preguntes: Ara què toca? Acabar l'article, fer el dinar o posar una rentadora?", riu la Mar Cortès. Una solució és compartir despatx amb altres autònoms. És útil per compartir despeses i estar acompanyat i també per col·laborar i obrir noves perspectives. La Mar proposa fer-se addicte a les biblioteques públiques: "És més barat que un despatx i amb tota la informació a l'abast", assegura.

## 6 Sigues versàtil i flexible

La gran pregunta sovint és si cal especialitzar-se o saber fer una mica de tot. I la resposta és una mica totes dues coses. L'Eva Millet considera que la flexibilitat és bàsica. "Un freelance mai hauria de dir 'no' a una oferta o no entregar a temps un article", recomana. La Mar Cortès hi afegeix diversificar-se: "Podries fer això?" "Sí!", en un sentit cada cop més ampli". En Jordi Pérez Colomé considera que conèixer bé un tema ajuda a fer-se un nom més sòlid, "però s'ha de ser capaç de reaccionar i d'adaptar-se a l'actualitat". També val la pena pensar en clau internacional a l'hora d'abordar projectes i no tenir por al risc.

## 7 Sigues original i breu amb les propostes

Una de les tasques més esgotadores per als freelance és tenir idees i proposar històries interessants. Cal aprofundir, buscar-hi un enfocament diferent o fer un seguiment dels temes que sovint els mitjans obliden. I cal proposar els temes de manera atractiva i sintètica. "Una idea no és només un tema, és moltes coses: per a qui, per a quin mitjà, quina forma, quin calendari", recomana en Justin Webster. "Cal posar-se a la pell d'un editor abans de proposar-lo i intentar aprendre'n. Un 'no' pot ser molt valuós, el pitjor és no tenir resposta", afegeix.

## 8 Autoocupa't i no depenguis dels mitjans

La figura del freelance que col·laborava per als mitjans convencionals cada cop és menys viable perquè els mitjans cada cop ho són menys. Pérez Colomé recorda que existeix "un mercat per fer coses bé de mil temes que els mitjans tradicionals ni poden ni volen cobrir". Ho demostra l'èxit del seu bloc, que des de febrer de 2010, ha rebut més de mig milió de visites. Paco Soto també recomana posar en marxa projectes periodístics o de comunicació. "Les noves tecnologies ens donen unes possibilitats immenses. Hem de ser audaços i creatius", afirma.

## 9 Treu partit de les noves tecnologies

Internet és un bon mitjà per estar informat, donar-se a conèixer i fer contactes més enllà de les fronteres. "Per a mi, Internet ha estat essencial. M'ha estat més fàcil col·locar peces un cop era més conegut", diu en Jordi Pérez Colomé que, a més, ha aconseguit finançar part de la feina i de les despeses dels viatges gràcies a les aportacions dels lectors d'*Obamaworld.es*. Obre un web o un bloc, penja-hi el que fas i actualitza la informació amb regularitat. Obre comptes a les xarxes socials, difon-hi la teva tasca i interactua. En Jordi té més de 12.700 seguidors a Twitter. Això és potenciar la "marca" de cadascú. L'Eva Millet, que ho fa a través de Facebook, recorda que amb skype es poden fer entrevistes a l'estranger sense patir per la factura telefònica.

## 10 Forma't i recicla't

És un consell que hauria de seguir qualsevol, però que és molt útil per als freelance, que sempre han de ser capaços d'adaptar-se a qualsevol nou repte. Idiomes, eines digitals, cursos especialitzats, xerrades... Res no sobra, si es té temps.

*Dossier*  
*Periodisme en solitari*



# EMPREENEDORS A LA FORÇA

Quan treballar per compte propi  
és l'única sortida possible

Les sensacions entre els periodistes que s'han hagut de posar a treballar pel seu compte ballen entre el pessimisme i l'optimisme contingut. Mentre molts joves s'inicien en la professió com a freelance altres, més veterans, s'adapten com poden a la vida fora de les redaccions. En alguns casos sols i en d'altres mitjançant projectes cooperatius.



TEXT JOAQUIM ELCACHO

La professió periodística mai no havia tingut tants emprenedors com ara. Centenars de professionals consolidats i de joves aspirants a periodista es veuen obligats a explorar noves vies per evitar les llistes de l'atur. La crisi està tocant os en el sector des de fa temps i molts dels professionals comproven que treballar al marge de les nòmines dels mitjans de comunicació tradicionals no és gens fàcil. Ara toca posar imaginació i empena per sobreviure al nou repte. El primer problema és que molt poques universitats han preparat els alumnes per exercir com a freelance o per crear una cooperativa o fundació que posi en marxa un nou mitjà de comunicació en temps de crisi.

Núria Jar és una jove periodista de vint-i-set anys que exerceix com a freelance i intenta veure el futur professional “amb optimisme”, tot i reconèixer que la situació és molt difícil. “No és que m'agradi ser treballadora autònoma, però és l'única manera que tinc de fer col·laboracions legalment amb diferents mitjans”. La seva experiència és més que suficient per recordar que “ser freelance

té inconvenients molt grans, com la falta d'estabilitat o de drets laborals –l'atur o les vacances pagades”. Per contra, no estar en nòmina d'un mitjà tradicional també pot tenir avantatges: “Ara, puc fer un tipus

## MOLT POQUES UNIVERSITATS HAN PREPARAT ELS ALUMNES PER EXERCIR COM A FREELANCE O PER CREAR UNA COOPERATIVA O UNA FUNDACIÓ

de feines que m'omplen molt més que si estigués contractada en una empresa quaranta hores a la setmana”.

El cas de la Núria no és pas una excepció. Els joves que comencen a treballar com a autònoms de manera més o menys forçada formen un dels perfils professionals amb més creixement dels últims anys, si bé n'hi ha de molts altres. I no tots són optimistes. “Potser serà millor que preguntis a altres companys perquè jo diria coses massa fortes”, explica un periodista amb molta experiència i reconegut prestigi –actualment sense feina fixa– que prefereix no donar el nom perquè, “parlar en primera

persona potser només agreujaria la dificultat de trobar solució al meu problema laboral”. “La professió està en una situació crítica: molts periodistes han hagut de deixar el lloc de treball i no poden tornar

a exercir perquè, simplement, no hi ha lloc on publicar per un preu digne”, apunta, tractant de mesurar les paraules, aquest afectat per

una de les primeres onades de “mesures de contenció de despeses” d'un gran mitjà de comunicació. “Actualment, al preu que es paguen els reportatges i amb els pocs mitjans que accepten col·laboracions externes, guanyar-se la vida només com a periodista autònom és pràcticament impossible”, resumeix aquesta anònima veu de l'experiència.

## UN FUTUR DIFÍCIL

Certament, una part important dels periodistes que intenten exercir a través de noves vies –des del punt de vista contractual– són professionals que ja



## COMPLEXOS TRÀMITS ADMINISTRATIUS

“Els tràmits legals per deixar l’atur van ser fàcils, em sembla que em van ajudar molt perquè m’esborrés ràpidament de la llista”, recorda la fotoperiodista Cristina Calderer. Tot seguit, però, reconeix que quan es va decidir a establir-se com a freelance va haver de presentar un munt de papers per justificar la petició de capitalització d’una part de la prestació d’atur per finançar la compra de nous equips de fotografia.

Núria Jar, tot i estar especialitzada en periodisme científic, reconeix que li va costar una mica acabar d’entendre com funcionaven tràmits administratius com la declaració trimestral de l’IVA. En canvi, per a Calderer la complexitat legal més important va arribar amb la declaració anual de l’IRPF. La preocupació de Josep Garriga és que “no hi ha foment de l’emprenedoria per part dels governs, no hi ha cap incentiu per establir-te com a autònom”.

n’han vistes de tots colors i ara veuen el futur més aviat fosc.

Josep Garriga va ser corresponsal a les comarques de Tarragona, va treballar dotze anys a la redacció d’*El País* a Barcelona i va ser cap de Comunicació d’Spanair, explica per experiència que, “els preus de les col·laboracions en els mitjans de comunicació tradicional s’estan reduint i, encara que tinguis un parell de mitjans on publicar regularment, no és fàcil guanyar-te un sou digne perquè has de descomptar les despeses, la quota de la seguretat social

comunicació no només no agafen gent, sinó que continuen fent acomiadaments, en alguns casos massius com el darrer d’*El País*”. Així doncs, Garriga es va establir com a treballador autònom i va aconseguir alguns encàrrecs de projectes i plans de comunicació per a empreses privades, encara que van ser espurnes aïllades en un cel carregat de núvols. I va haver de tornar a la llista de l’atur.

“Per als periodistes acostumats que ens vinguin a buscar, canviar de xip i ara –passats els quaranta– haver d’anar a buscar els clients se’ns fa una muntanya”, reconeix Garriga recordant l’actual doble oferta de periodista per a mitjans i per a em-

preses. Les possibilitats d’èxit es redueixen encara més en circumstàncies difícils com l’actual perquè, entre altres factors, “hi ha molts periodistes en la mateixa situació; ens fem la competència entre nosaltres i també tenim la competència d’empreses consolidades de relacions públiques”,

explica. “Mentrestant, les empreses i les institucions continuen retallant despeses, amb l’àrea de comunicació, màrqueting i publicitat en primera fila”, afegeix.

## L’ÚNICA SORTIDA

Tots els sectors de la professió es veuen afectats per la crisi, tot i que n’hi ha que ja estaven acostumats a conviure amb la figura de l’autònom. “Treballar com a fotoperiodista de plantilla en un mitjà de comunicació sempre ha estat difícil i, actualment, és gairebé impossible. En la situació actual, treballar com a freelance és una de les poques sortides viables”, indica la fotoperiodista Cristina Calderer. Després d’una llarga temporada en nòmina al diari *Avui*, Calderer va passar per les llistes de l’atur i, avui dia, treballa com a freelance per al diari *Ara*.

Juntament amb les dificultats compartides per la resta de professionals, els fotoperiodistes es troben amb els problemes de competència evidents en un món en què tothom té una càmera digital i on molta gent “dóna les gràcies perquè li publiquin

## ELS JOVES QUE COMENCEN A TREBALLAR COM A AUTÒNOMS FORMEN UN DELS PERFILS AMB MÉS CREIXEMENT EN ELS ÚLTIMS ANYS

i l’IRPF, això si no declares també l’IVA, que encara ho complica més”.

“Malauradament, Spanair va tancar portes al gener del 2012 i em vaig quedar a l’atur. Llavors em vaig haver de plantejar què fer, perquè és evident que els mitjans de



Josep Carles Rius, que aposta pels projectes col·lectius, és un dels impulsors de l'edició catalana del digital *Eldiario.es*

gratis o a un preu simbòlic les seves fotografies”.

Amb tot, Calderer se suma al grup dels optimistes: “La situació és difícil, però animaria la gent jove perquè es poden fer moltes coses; si els agrada la professió han de lluitar per fer bon fotoperiodisme, perquè els mitjans de comunicació necessitaran imatges tota la vida”. Això sí, adverteix que no esperin “fer-se d’or” i que pensin que, per sobreviure, gairebé

segur hauran de treballar sempre com a autònoms i amb més d’una ocupació.

En aquest punt, Calderer coincideix amb Jar a l’hora de trobar una fórmula per arribar a final de mes com a freelance. “El secret per fer econòmicament viable aquest tipus de feina està en trobar una mitja jornada que et permeti tenir un coixí i, a més a més, anar fent feines complementàries. Jar considera, però, que cal plantar cara als mitjans que ofereixen

“quatre duros” per una feina i explica que, literalment, hi ha publicacions digitals que ofereixen quatre euros per article. “S’ha de lluitar per tenir unes millors condicions, tot i així, anem cap a un panorama de periodisme freelance”, indica Núria Jar.

## PROJECTES COL·LECTIUS

Una visió molt diferent del problema i de la possible solució és la que explica i viu en primera persona Josep Carles Rius,



## L'OPCIÓ DEL COOPERATIVISME

Tot i la seva poca presència en el sector, és una possibilitat a tenir en compte en l'àmbit periodístic

En la conjuntura actual, el cooperativisme emergeix com una opció per al sector de la comunicació. Malgrat que encara té un paper residual dins la professió, és una de les sortides per als professionals enmig d'aquesta crisi sense precedents.

El model cooperatiu implica que els diferents membres de la redacció són propietaris del mitjà i han de consensuar plegats les decisions estratègiques, i a més aposta per un model d'economia social allunyat dels negocis en què es primen d'altres aspectes per sobre de consideracions professionals.

Al març de l'any passat, David Domingo, professor de Periodisme Digital de la Universitat Rovira i Virgili, escrivia un apunt ("Periodisme sense empresaris") del bloc de l'Escacc titulat "Reflexions sobre periodisme, comunicació i cultura", en què recordava que Jeff Jarvis –un dels periodistes més respectats dels Estats Units– "fa anys que repeteix que els periodistes haurien d'entendre sobre economia i gestió d'empresa".

Domingo cita Goiena Komunikazio Taldea com un exemple de cooperativa de periodistes. Es tracta d'un grup multimèdia basc que produeix informació per a diferents tipus de mitjans de proximitat. Domingo també parla de les

EN AQUESTS DARRERS TEMPS, S'HAN IMPULSAT INICIATIVES COM ALTERNATIVES ECONÓMICAS, GOIENA, FET A SANT FELIU O LA MAREA

cooperatives d'usuaris –en aquest cas, els consumidors són els propietaris del mitjà i contracten els periodistes que han de produir la informació– així, cita el diari digital *Fet a Sant Feliu*, sorgit el 2010 i que, a més, edita una publicació trimestral en paper i organitza cicles de tertúlies a la ciutat. A l'hora de parlar de cooperatives periodístiques, hi ha alguns referents internacionals com el diari italià *Il Manifesto* i la revista francesa *Alternatives Economiques*. Precisament, una cooperativa catalana de recent creació és Alternatives



Els integrants de la cooperativa que edita Alternatives Económicas

Económicas, que edita la revista mensual inspirada en aquest mitjà francès amb trenta-dos anys d'història. Integrada per periodistes veterans d'*El País*, *Público* i *El Periódico* de Catalunya, està dirigida per Andreu Missé i amb Pere Rusiñol, Ariadna Trillas i Mariana Vilnitzky a la redacció. Aquest mitjà, ja està disponible en línia, a l'hora de tancar aquesta edició estava a punt de sortir en paper.

Un altre exemple recent és *La Marea*, revista mensual de la cooperativa periodística MÁSPúblico que, el passat desembre, va sortir en paper i que té al darrere extreballadors de *Público*.

Eudald Coll

Més informació a:

[www.cooperativestrellball.coop](http://www.cooperativestrellball.coop) → Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya Alternatives Económicas ([alternativaseconomicas.coop](http://alternativaseconomicas.coop))

[www.goiena.com](http://www.goiena.com) → Goiena

[www.fetasantfeliu.cat](http://www.fetasantfeliu.cat) → Fet a Sant Feliu

[www.lamarea.com](http://www.lamarea.com) → La Marea

+ info



exdegà del Col·legi de Periodistes, ex-sotsdirector de *La Vanguardia* i exdirector

## "ACTUALMENT, GUANYAR-SE LA VIDA NOMÉS COM A PERIODISTA AUTÒNOM ÉS PRÀCTICAMENT IMPOSSIBLE", CRITIQUEN

de *Públic*, l'edició catalana de *Público*. En el cas dels periodistes que estan sortint de les redaccions tradicionals "i encara tenen moltes coses a explicar", Rius considera que es planteja la disjuntiva de "fer-se freelance amb vista a publicar en els mateixos mitjans tradicionals que els han fet fora o intentar posar en marxa nous projectes col·lectius". I, clarament, ell vol optar per la segona alternativa perquè, segons ell, "per sortir de la crisi hem de fer equip; si no fem projectes col·lectius ho tenim molt malament".

El projecte del diari *Públic* no va poder seguir tirant endavant, encara que Rius

## "ELS MITJANS TRADICIONALS S'ESTAN DESMUNTANT I LES NOVES GENERACIONS HAN DE CONTRIBUÏR A LA REDEFINICIÓ DEL PERIODISME" NÚRIA JAR

creu que "aquella oferta continua tenint un espai i respon a una necessitat de pluralitat informativa".

És per això que bona part de l'equip de *Públic*, van creure que havien de seguir junts "i tirar endavant un projecte, que per la naturalesa havia d'estar vinculat o relacionat amb una iniciativa de tot l'Estat".

L'opció ha estat crear una fundació que posi en marxa diversos projectes, el

primer dels quals és fer l'edició catalana de *ElDiario.es*. La proposta és innovadora i neix com a resposta a unes circumstàncies de canvi possiblement radical en les formes d'exercir la professió. "L'estructura tradicional d'un grup editor amb empresaris i assalariats s'està trencant i l'alternativa que actualment està sorgint passa pels periodistes que assumeixen una responsabilitat que fins ara no tenien, la de crear mitjans de comunicació", afirma Rius.

"Uns anys enrere —prosegueix— era impensable plantejar una sortida com aquesta, en canvi, la situació ha canviat i cal buscar noves fórmules. Això és un laboratori, perquè les fórmules tradicionals no funcionen". Abans que li preguntin per la viabilitat econòmica d'un

projecte com aquest, Rius destaca que "l'alternativa passa per la implicació dels lectors" i explica que el projecte *ElDiario.es* està tenint una acollida que fa uns anys ningú es podia esperar.

És evident que els mitjans de comunicació que es distribueixen principalment de manera exclusiva a través d'Internet obren un món nou per als periodistes, siguin freelance o treballadors d'un projecte col·lectiu. El problema és trobar

mecanismes per poder pagar les nòmines dels seus treballadors.

Núria Jar considera que fins ara "no havia un model de negoci clar de com treure diners per als continguts periodístics a Internet, però aquesta és una sortida de futur per a la qual hem d'estar preparats". En aquest punt, la jove periodista freelance coincideix amb l'exdegà quan afirma que "per molts motius, els mitjans tradicionals, com els coneixíem fins ara, s'estan desmuntant i les noves generacions han de contribuir a la redefinició del periodisme". En tot cas, Rius deixa oberta la porta a l'esperança: "Això s'està reinventant cada dia, cal anar explorant noves fórmules". Ç

Més informació a:  
[www.eldiario.es/catalunya](http://www.eldiario.es/catalunya) →  
 Web de l'edició catalana d'*ElDiario.es*

+ info

*Dossier*  
*Periodisme en solitari*



# PREGUNTES, DUBTES I RESPOSTES

Repàs a les qüestions més comunes dels periodistes que volen treballar per compte propi

Impostos, gestions comptables o com gestionar els autònoms. Aquests són alguns dels àmbits que preocupen els professionals de la comunicació que han començat –o tenen previst fer-ho– a exercir per compte propi, una opció a l'alça en els darrers anys. En aquest article, dos experts donen els consells i les recomanacions perquè el pas d'assalariat a autònom no sigui un problema.



TEXT EUDALD COLL

Mesos enrere, la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes va convocar una reunió per explicar experiències d'emprenedoria. La sala d'actes de la Demarcació quedava petita, així que es va haver de canviar d'ubicació. D'altra banda, els cursos destinats a orientar i assessorar als nous freelance que tenen lloc tant a la seu central com de les diferents demarcacions estan plens de periodistes disposats –ja sigui per voluntat pròpia o perquè no els queda més remei– a posar-se a treballar per compte propi.

Els dubtes dels alumnes d'aquests cursos se centren en els temes relacionats amb el règim d'autònoms, així com amb l'exempció –o no– de l'IVA. En termes generals, doncs, els problemes són d'àmbit fiscal, ja que els comptables solen despertar molts recels i dubtes.

Davant d'aquesta creixent demanda d'informació i dels canvis que està patint la professió a nivell laboral, CAPÇALERA ha optat per parlar amb Sandra Zapatero (responsable de l'Àrea Fiscal-Comptable i directora de l'Oficina Tècnica de la Confederació de Treballadors Autònoms de Catalunya) i Antonio de Alba (assessor fiscal del Col·legi de Periodistes) perquè exposin els seus consells en aquestes pàgines. A continuació, presentem les preguntes que poden passar pel cap dels nous freelance amb vista a oferir un resum pràctic, concís i detallat que pugui servir de guia per sortir-se'n millor enmig d'uns temps convulsos i d'una professió trasbalsada.

## HE DE CANVIAR DE XIP?

Sí, perquè el paradigma de relació professional i empresa informativa està canviant a marxes forçades. Cada cop hi ha més periodistes que treballen per lliure, tot i que encara hi ha moltes reticències entre els mateixos professionals. “Per molt que ara tothom digui que és important, la realitat és que molts dels periodistes no porten incorporat el canvi de xip de l'emprenedoria”, va assegurar Carles Singla, director acadèmic del Centre de Formació i Desenvolupament del Col·legi, el passat 20 de febrer, durant la presentació de l'estudi sobre l'estat de la professió. Singla també va explicar que en la primera edició del curs “Com es crea un mitjà d'èxit a Internet”, realitzat al Col·legi, cap alumna es va atrevir a elaborar un pla de negoci.

## SÓC UNA EXCEPCIÓ?

No. Cada cop hi ha més freelance. És una tendència general en diferents àmbits professionals. “Ara molts contractes en règim general passen a ser d'autònoms”, explica Sandra Zapatero. “I ens hi hem d'acostumar. La persona que té un contracte té seguretat, mentre que l'autònom el que té és autonomia”, afegeix, tot i que admet que, a avui dia, la seguretat, en el cas dels assalariats, tampoc no està tant clara.

## AUTÒNOM O EMPRESARI?

Quan es comença a treballar per lliure com a periodista el més habitual és posar-se com a autònom. Sempre que no es vulgui elaborar un projecte comunicatiu més complex, no és necessari crear cap empresa mercantil. A més, com a autònom, hi ha una sèrie d'avantatges inicials: l'autònom es pot donar d'alta en una hora i no ha de posar cap capital mínim exigible, mentre que per ser societat mercantil es necessiten diverses setmanes i el capital és de tres mil euros. L'autònom tampoc no ha de pagar despeses de registre ni de notari. La societat mercantil, sí. Per tant, crear una societat és molt més costós. Els avantatges d'una empresa, però, són la facturació única, una limitació de responsabilitat i reduccions importants en la tributació.

## ÉS DIFÍCIL LA COMPTABILITAT?

Els periodistes, gent de lletres, sovint recelen dels números i les xifres, encara que els autònoms no poden deixar-ho de banda, i tampoc no cal fer escarafalls. “Els periodistes no han de dur comptabilitat, sinó llibres de registre fiscal obligatori, que són les factures emeses i les factures rebudes”, explica Sandra Zapatero. La normativa, recorda, diu que aquesta informació es pot tenir en un suport informàtic (el més habitual és fer-ho amb Excel). Sandra Zapatero admet, però, que molts autònoms, fins i tot veterans, no saben que els llibres de registre fiscal són obligatoris i que és el que demanaran en cas d'una inspecció d'Hisenda.



## ÉS GAIRE COMPLICADA LA FISCALITAT D'UN PERIODISTA?

Al contrari. A diferència d'altres professions, els periodistes no han de fer el pagament a compte de l'IRPF de l'1 al 20 de cada trimestre, ni tampoc –en la majoria dels casos– pagar l'IVA. Per tant, tot es resumeix a fer la declaració de renda, cosa que simplifica enormement la gestió fiscal. Això també suposa un estalvi, ja que no cal pagar els serveis d'una assessoria. “En aquest sentit, dins dels autònoms, els periodistes són un col·lectiu privilegiat”, assegura Sandra Zapatero.

## HI HA MOLT RISC ECONÒMIC?

No, gairebé cap. L'avantatge d'un periodista tipus és que no té gaires despeses materials. Tan sols ha de pagar la seguretat social en el règim especial de treballadors autònoms i unes despeses mínimes de material. Per tant, no hi ha risc econòmic. “La resta d'autònoms no disposen dels avantatges dels periodistes. Què hi perdem, doncs?”, es pregunta Sandra Zapatero.

## I LA FAMÍLIA, QUÈ?

“Autònom és autonomia, cosa que implica facilitat per aconseguir la conciliació laboral”, afirma Sandra Zapatero. I és que la flexibilitat en els horaris permet no tan sols poder treballar a casa sinó també organitzar-se millor els horaris per combinar-los adequadament amb la resta de la família. Aquesta va ser una de les conclusions d'un reportatge que anys enrere CAPÇALERA va publicar sobre periodisme i maternitat. I encara és vigent.



## EL DILEMA DE L'IVA

La normativa del sistema tributari espanyol és molt generalista, cosa que provoca constants interpretacions. A més, tot i haver-hi alguns milers d'activitats professionals, el periodisme com a tal no hi és present i a nivell fiscal la feina dels professionals de la informació s'inclou en epígrafs com l'E-861 (pintors, escultors, ceramistes i artesans).

A grans trets, els periodistes estan exempts de pagar l'IVA quan les tasques que es facturen tinguin a veure amb la propietat intel·lectual de la feina feta. Això inclou, tal com assegurin algunes sentències, els articles de premsa (impresos o en format digital) o l'activitat de fotògraf, per posar-ne alguns exemples. Un tema més polèmic són les col·laboracions per a ràdio o televisió, inclosa la redacció dels textos per a l'emissió dels programes d'ambdues, que no estarien exempts d'IVA. Malgrat tot, la llei estableix exempcions de l'impost als guionistes quan s'entén que existeix contingut de drets d'autor. “Quant als guionistes, cal analitzar cada cas”, admet Antonio de Alba.



## ÉS VERITAT QUE ELS AUTÒNOMS TINDRAN ATUR?

Sí, però les condicions que hi ha entorn a aquest tema –com el fet que caldrà pagar cotització mínima i acreditar pèrdues durant dotze mesos per tenir accés a la prestació d'atur– no solament comporta que, a la pràctica, la mesura convidi a l'escepticisme sinó que, a més, tenint en compte el funcionament i la naturalesa dels periodistes freelance, no sembla una opció realista ni pràctica.

D'altra banda, la formació també està exempta, així que els periodistes que imparteixen classes no han de pagar l'impost. Cal tenir en compte, però, que en aquells casos que el periodista que s'encarrega de fer la formació és el mateix que busca el local on s'impartirà la classe, aporta el material, etc., llavors sí que es considera que la feina és una prestació de serveis subjecta a IVA.

En canvi, el que l'Agència Tributària té molt clar és que els gabinets de comunicació –un dels nínxols de mercat que en els darrers anys ha donat feina a molts periodistes– no estan exempts d'IVA.

Davant dels aspectes més interpretatius, el consell dels experts és que a l'hora d'escriure el concepte de feina realitzada a la factura s'incideixi en la part intel·lectual de la mateixa per evitar problemes. Els experts també recomanen que, en cas d'estar exempts d'IVA, s'inclouï a la factura un petit text explicatiu que argumenti l'exempció fiscal de la mateixa.

## QUÈ PUC DEDUIR A LA DECLARACIÓ DE RENDA?

Els freelance que treballen a casa (i hi tenen el domicili d'activitat professional) poden deduir una sèrie de despeses a la declaració de renda. La normativa tributària estableix que és deduïble tota aquella despesa íntegrament relacionada amb els ingressos. En aquest cas, cal calcular el percentatge d'espai de l'immoble utilitzat per a tasques professionals i fer-ne la deducció proporcional. La deducció també afecta despeses com la llum, l'aigua i el gas. També es pot calcular la proporció de despeses de telèfon que són de feina. Cal recordar que cal anar a la casella d'Activitat Econòmica i no pas a la de Rendiment del Treball.

## PUC DEDUIR-NE LA BENZINA?

Els periodistes freelance que es traslladen amunt i avall contínuament poden desgravar la benzina a la declaració de renda. En aquests casos, Antonio de Alba recomana fer-se una tarja d'alguna companyia important, ja que aquestes solen remetre la factura on apareix desglossat tot el que s'ha gastat, això evita haver de guardar tots els tiquets. En el cas dels tiquets de restaurant, —encara que realment siguin dinar de feina— Hisenda no acostuma a acceptar-los ja que, per sistema, aquest tipus de coses ja s'inclouen en un 5% de despeses de difícil justificació.

## QUAN TEMPS S'HAN DE GUARDAR LES FACTURES?

En aquest aspecte cal ser curós. Les factures s'han de guardar obligatòriament, com a mínim, durant un període de quatre anys, ja que és el temps que, segons la normativa tributària, podem ser objectes de qualsevol inspecció d'Hisenda. Fins passat aquests quatre anys no hi ha prescripció dels impostos.

## PUC FER UNA FEINA PUNTUAL COBRANT L'ATUR?

Aquest és un dels dubtes que, segons Antonio de Alba, molts periodistes a l'atur no tenen clar. Un periodista a l'atur pot fer tranquil·lament un article —o qualsevol altra feina puntual— sempre que informi la Seguretat Social de l'existència de la mateixa. En aquests casos, té lloc una suspensió temporal de la prestació d'atur que implica el descompte de la part proporcional del temps treballat. “És important, doncs, agafar aquestes feines puntuals per així mantenir un cert lligam amb el mercat laboral”, recomana De Alba.



## UNA GUIA PER A EMPRENEDORS

El Centre de Documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes disposa d'un escriptori virtual ([www.netvibes.com/cdmrcpc](http://www.netvibes.com/cdmrcpc)) que aplega recursos d'interès per als emprenedors. L'escriptori es divideix en tres àmbits (Habilitats i competències, Orientació Professional i Emprenedoria). En el primer, s'aborden aspectes com la gestió de la identitat digital, el fet de parlar en públic i les competències del professional de la comunicació, entre altres. D'altra banda, en l'Orientació Professional hi ha informació del mercat laboral, ofertes de feina, *networking*, consells per triomfar en una entrevista de feina, etc. Finalment, en el d'Emprenedoria hi ha una recopilació de borses de viatge i d'estudi, un mapa de l'emprenedor de Barcelona Empresa, una Guia Laboral per a autònoms i guies tant de formes jurídiques com de finançament, entre altres informacions útils. A continuació, resumim algunes de les eines d'aquest escriptori que poden ser de més utilitat per als periodistes:

- ▶ Recopilació de borses de treball de comunicació com la de l'European Journalism Centre, un portal de cerca de feina a Europa, el portal de feina [www.periodistas.com](http://www.periodistas.com) especialitzat en el sector de la comunicació o el portal [Journajobs.eu](http://Journajobs.eu) amb ofertes de feina de tot el món.

- ▶ Vídeo de Jordi Adell, professor de noves tecnologies, on explica les competències de la competència digital.
- ▶ Material sobre la gestió de la identitat digital, un aspecte clau per a la visibilitat dels periodistes a la Xarxa al ser una nova capacitat fonamental en el marc de les habilitats informacionals.
- ▶ Eines d'ajuda per als autònoms, com la guia del Ministeri de Treball o els consells de la Fundació Privada per al foment de l'Autoocupació de Catalunya ([www.autoocupacio.org](http://www.autoocupacio.org)).
- ▶ Informació de la Xarxa Internacional de Periodistes (<http://ijn.net.org>) amb concursos, premis i material sobre la innovació.
- ▶ Informació sobre com gestionar (amb Creative Commons i Safe Creative) els drets d'autor per poder percebre ingressos en la venda de les obres.
- ▶ Diferents eines de Barcelona Activa per als emprenedors; des de com crear un web empresarial o un estudi de mercat fins a aspectes relacionats amb la fiscalitat.
- ▶ Una guia que permet conèixer totes les fonts de finançament possibles, des de les bancàries als ajuts i subvencions públics.

## WEBS PRÀCTICS

Internet compta amb nombrosos webs que poden ser útils per als periodistes que treballen per compte propi. Beques, ofertes laborals, directoris, xarxes socials d'ús professional o experiències exitoses de *crowdfunding* són algunes de les eines i informacions pràctiques que es troben a la Xarxa. A continuació n'ofereim algunes:

### SET ALTERNATIVES LABORALS

[www.well-comm.es/wellcommunity/siete-alternativas-laborales-para-periodistas](http://www.well-comm.es/wellcommunity/siete-alternativas-laborales-para-periodistas)

Un article que repassa, amb realisme, les sortides professionals que ara mateix ofereix el periodisme a Espanya. Té una gràfica titulada: "Siete alternativas laborales para el periodista."

### TREBALL INTERNACIONAL

<http://journaljobs.eu/>

Un lloc d'ofertes de treball exclusiu per a periodistes creat per l'European Journalism Centre. Gratuït per als que busquen feina i amb tarifes baixes per a les companyies que ofereixen els llocs de feina. És una plataforma sense ànim de lucre que dedica els ingressos que obté a obres benèfiques del gremi.

### BEQUES GOOGLE

[www.google.com/get/journalismfellowship/index.html](http://www.google.com/get/journalismfellowship/index.html)

Beques de Google per a periodistes. Les Google Journalism Fellowships 2013, amb una durada de 10 setmanes i retribucions de 7.500 dòlars (i 1.000 més en concepte de viatges), volen promocionar noves maneres de fer periodisme a través de la tecnologia.

### XARXA SOCIAL PER A PERIODISTES

[www.periodistasporelmundo.com](http://www.periodistasporelmundo.com)

Primera xarxa social i global orientada als periodistes. Entre altres, serveis inclou les ofertes de treball. Acaba de treure l'estudi "Estado del periodismo iberoamericano 2013".

### RECURSOS FREELANCE

[www.freelancewriting.com](http://www.freelancewriting.com)

Notícies, eines, directoris i altres recursos digitals que poden ajudar els periodistes freelance.

### FACEBOOK I TWITTER

[www.facebook.com/journalists](http://www.facebook.com/journalists)

<http://media.twitter.com/>

Facebook té aquest espai en el qual explica als periodistes com poden fer servir un entorn social que comparteixen més de 1.000 milions d'usuaris. I Twitter té aquesta guia per a professionals i mitjans que explica com utilitzar el seu sistema de micromissatges.

### ENTREVISTES DE TREBALL

[www.journalism.co.uk/skills/how-to-prepare-for-a-journalism-job-interview/s7/a547546/](http://www.journalism.co.uk/skills/how-to-prepare-for-a-journalism-job-interview/s7/a547546/)

[www.journalism.co.uk/skills/daniell-morrissey-how-to-prepare-a-killer-cv/s7/a51953/](http://www.journalism.co.uk/skills/daniell-morrissey-how-to-prepare-a-killer-cv/s7/a51953/)

Experts de la BBC, *The Guardian* i *The Telegraph* expliquen com cal preparar una bona entrevista de treball i un currículum efectiu.

### CROWDFUNDING

[www.kickstarter.com/projects/readmatter/matter](http://www.kickstarter.com/projects/readmatter/matter)  
[www.readmatter.com](http://www.readmatter.com)

L'any passat, els periodistes nord-americans Jim Giles i Bobbie Johnson van aconseguir, a través del *crowdfunding*, 140.000 dòlars en aportacions per endegar la publicació *Matter*. En el primer enllaç, podeu llegir com va anar aquesta operació i, en el segon, veure com és *Matter*, que publica continguts de pagament sobre ciència i tecnologia.

### PLATAFORMA DE CONTINGUTS

[www.mediacooler.com/home](http://www.mediacooler.com/home)

MediaCooler, amb base al Canadà, és una plataforma digital que fa d'intermediari entre periodistes i publicacions, i també entre mitjans i editors que busquen continguts.

### ARTICLES FINANÇATS

[www.informacionsensible.com](http://www.informacionsensible.com)

Projecte espanyol, ja en marxa, que permet que els articles siguin finançats amb aportacions de particulars. La lectura dels continguts és gratuïta. A les FAQ i al vídeo de portada hi teniu explicacions més detallades.

Àlex Barnet

### A PARTIR DE QUAN M'HAIG DE DONAR D'ALTA D'AUTÒNOMS?

Enlloc està escrit que no calgui pagar autònoms si no s'arriba als 3.000 euros anuals. És una llegenda urbana. En canvi, l'article 1 de la Llei Especial d'Autònoms estableix que un ciutadà està obligat a donar-se d'alta en el règim d'autònoms (perquè com a particular no es pot facturar) quan realitza la seva activitat professional de manera habitual. La llei, però, no deixa clar els límits de l'habitualitat. Tot i això, diferents sentències del Tribunal Suprem fan una interpretació d'aquesta habitualitat segons la qual seria l'equivalent a catorze pagues del salari mínim interprofessional (645,30 euros mensuals) i, per tant, s'entén que no s'ha de donar d'alta a la seguretat social si no s'arriba a aquesta quantitat.

### PUC FER UNA FEINA IMPORTANT PUNTUAL SENSE SER AUTÒNOM?

Una sentència del Suprem deixa clar que quan hi ha un pagament puntual per un servei professional concret, tot i que superi el salari mínim interprofessional, no es considera que existeixi habitualitat. Per tant, tampoc no s'està obligat a donar-se d'alta d'autònoms. Segons Sandra Zapatero, "si es tenen ingressos per una altra via i esporàdicament es fa una prestació, no cal fer-se autònom sempre que es pugui acreditar que el rendiment per viure no prové d'aquesta col·laboració".

### PUC FER-ME AUTÒNOM TAN SOLS ALGUNS MESOS?

És absolutament legal donar-se d'alta dels autònoms tan sols uns mesos concrets a l'any, això sí, quan les feines prestades i l'habitualitat de la prestació del servei siguin en aquells mesos en qüestió, mentre que en els mesos que la feina no superi el límit professional interanual no cal donar-se d'alta. De totes maneres, es pot optar per mantenir l'alta dels autònoms, tot i no tenir feina, per no perdre la cotització.

### QUINES BONIFICACIONS HI HA PER ALS NOUS AUTÒNOMS?

Les dones menors de trenta-cinc anys i els homes menors de trenta tenen la bonificació d'un 30% durant un període de trenta mesos. D'altra banda, està previst que el Govern properament aprovi una tarifa plana (un sol pagament de 50 euros) per a menors de trenta anys durant sis mesos.



### COM TROBO ORIENTACIÓ PROFESSIONAL, JURÍDICA I FISCAL?

El Col·legi de Periodistes disposa de serveis per orientar els periodistes. Per una banda, hi ha el Servei d'Orientació Professional –l'any passat va sumar més de cent consultes– que ofereix gratuïtament una hora amb un orientador professional que guia els periodistes que són a l'atur o volen redefinir la seva trajectòria. D'altra banda, un altre servei gratuït és el d'assessorament jurídic –a càrrec del bufet Gay-Vendrell per qüestions de dret civil i laboral– que el passat exercici també va sumar un centenar de consultes presencials i telefòniques. Finalment, Denver Advocats ofereix assessoria fiscal personalitzada i gratuïta als col·legiats, que inclou atenció i orientació privada a la seu de Barcelona mitjançant cita prèvia.

### COM PLANIFICO LA JUBILACIÓ?

Per evitar una jubilació massa baixa, un autònom pot optar per apujar les bases de cotització. Antonio de Alba també aconsella als que comencen a treballar per compte propi que, sobretot, complementin el règim d'autònoms amb un pla de pensions. A quina edat recomanen fer-ho? "Com més aviat millor", diu De Alba. I és que, tenint en compte que la tendència de l'autònom és cotitzar el mínim, un pla de pensions és el millor complement a una pensió pública, sobretot en previsió d'una possible futura ampliació del termini de còmput de cara a la jubilació.

### A QUIN WEB PODEM CONSULTAR ELS DUBTES?

Pels espinosos temes de fiscalitat, Antonio De Alba recomana el web d'Hisenda ([www.agenciatributaria.es](http://www.agenciatributaria.es)) perquè és pràctica i fàcil d'utilitzar. Disposa d'un calendari fiscal en què explica què cal presentar cada mes de l'any. I, a més, a diferència d'altres informacions de la Xarxa, la d'Hisenda està actualitzada i és oficial. Una altra opció recomanable és el web de la Confederació de Treballadors Autònoms de Catalunya ([www.autonoms.com](http://www.autonoms.com)). Ç



# ELS PUNTS NEGRES DE L'ÈTICA

Repàs a quinze anys d'activitat del Consell de la Informació de Catalunya

TEXT MARTA ARBÓS



**A final de 1996, el Col·legi de Periodistes va crear el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) perquè vetllés pel compliment del Codi deontològic. Un recent informe recopila els diferents expedients oberts en tot aquest temps sobre informacions dels mitjans de comunicació, una radiografia dels clarobscurs de l'ètica periodística a casa nostra.**

Quinze anys de vida en quaranta pàgines. O el que és el mateix: un resum acurat de la defensa de l'ètica que el Consell de la Informació de Catalunya ha estat fent des de la formació de l'organisme que vetlla pel compliment del Codi deontològic dels periodistes catalans. Això és el que recull l'*Estudi dels dictàmens del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) del període 1997-2011*, que ha elaborat el Grup de Recerca en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra.

Aquest document permet fer un balanç de la trajectòria del CIC a través dels diferents dictàmens elaborats al llarg d'aquests tres lustres. En realitat, el treball comprèn els 575 expedients –tant si han acabat en un dictamen com si no– oberts en tot aquest període. L'estudi és fruit d'un encàrrec del CIC a aquest equip investigador, especialitzat en línies de recerca com ara l'ètica professional, el paper del periodisme a la transició política espanyola, la comunicació científica i la convergència de redaccions.

La immensa majoria dels quasi sis-cents expedients oberts han vingut per reclamacions presentades des de diverses instàncies i tan sols excepcionalment el CIC ha actuat d'ofici. La mitjana d'expedients anuals en aquests quinze anys és de 38, però en el període 2005-2007 se'n varen

obrir fins a 265. Això s'explica per algunes campanyes cíviqes dutes a terme per ONG que volien sensibilitzar en certes qüestions denunciant-ho sistemàticament. Així, per exemple, SOS Racisme va enviar un gran nombre de reclamacions al CIC respecte a la connotació negativa del terme *il·legal* per referir-se a *immigrants sense papers*. Per això, en tot moment, l'estudi separa l'activitat habitual del CIC del conjunt

## MOLTES DE LES RECLAMACIONS SÓN REALITZADES PER CIUTADANS, ONG O ENTITATS CÍVIQUES

d'aquestes reclamacions (moltes de les quals es van sistematitzar, fent dictàmens en sèrie), ja que en distorsionen la mostra final. D'aquesta manera, les reclamacions habituals han estat 366.

L'estudi en qüestió analitza qui són els autors de les reclamacions rebudes al CIC. Així, una part important (274) d'aquestes provenen de ciutadans particulars –excepte periodistes–, mentre que 210 són d'ONG o entitats cíviqes (sobretot SOS Racisme, que, al marge de l'esmentada campanya, n'ha fet 84). Després dels particulars, de les ONG i de les entitats cíviqes, vénen a continuació els òrgans de l'administració (30), els periodistes (21), els partits polítics (15) i altres.

El rànquing sobre els mitjans de comunicació que han estat objecte de la reclamació –un cop, de nou, s'han segregat els dictàmens estàndard que en distorsionen la mostra– evidencia que el nombre de queixes estan liderades, amb diferència, per informacions aparegudes a la premsa escrita ja que en primer lloc es troben els diaris generalistes (278) mentre que els diaris locals se situen en segon lloc (45). Les televisions, en tercera posició, es queden amb 41. La preeminència de la premsa escrita

és tal que fins i tot l'estudi cita la se-  
qüència llatina *verba volant, scripta manent*  
(les paraules volen, els escrits queden).  
“Segurament –conclou l'estudi– hem  
d'atribuir el resultat al fet que, encara avui,  
el paper és vist, tant per particulars com  
per organismes de qualsevol mena, com  
un “cos de delictes” superior a, posem per  
cas, a allò que s'ha sentit o s'ha vist en un  
mitjà electrònic”.

De totes maneres, l'estudi també assenyala com, a l'hora de distribuir les queixes per anys i tipus de mitjà, s'observa que en els darrers anys –tot i que d'una manera tímida– es dona un major nombre de queixes respecte de la televisió o els mitjans digitals. “Sens dubte –apunta– en això hi té a veure una facilitat més gran a

## ELS TEMES MÉS PROBLEMÀTICS

Decàleg dels motius més habituals de queixes del CIC.

- RACISME I XENOFÒBIA
- FALSEDAT
- INVASIÓ DE LA INTIMITAT
- SELECCIÓ, MANIPULACIÓ I ORDENACIÓ D'IMATGES I SO
- CONTEXTUALITZACIÓ I APROFUNDIMENT DE LA INFORMACIÓ
- INCLUSIÓ DELS DIFERENTS PUNTS DE VISTA
- RECTIFICACIONS
- DIFAMACIÓ I CALÚMNIA
- SEPARACIÓ D'INFORMACIÓ I OPINIÓ
- MENORS

## EL GUARDIÀ DEL CODI

El Consell de la Informació de Catalunya (CIC) és una entitat sense afany de lucre que vetlla pel compliment de la Declaració de Principis de la Professió Periodística, coneguda com a Codi deontològic, que va ser aprovat en el Segon Congrés de Periodistes, el 1992. Per tant, l'objectiu del Consell és facilitar que els ciutadans puguin exercir el dret a una informació de qualitat.

Tot i que la constitució del CIC –de la mà del Col·legi de Periodistes– va tenir lloc el desembre de 1996, no va assolir personalitat jurídica pròpia fins al 1999, quan es va convertir en la Fundació Consell de la Informació de Catalunya. Al tractar-se d'un instrument d'autoregulació de la professió, les seves recomanacions són de caràcter moral.

conservar “el cos de delictes” en un suport manejable.

## INJÚRIES I DIFAMACIONS

Un cop separats els casos estàndards, els motius més habituals de les queixes –tenint en compte que es realitzen sempre invocant algun principi o article del Codi deontològic– són la necessitat de fonamentar bé la informació i evitar injúries i difamacions (criteri 2 del

## BONA PART DE LES QUEIXES SÓN SOBRE INFORMACIONS APAREGUDES A LA PREMSA ESCRITA

Codi, amb un 25,93% de les queixes), la separació d'informació i opinió (criteri 1, amb un 13,55%), la discriminació per sexe, raça, creença, extracció social, etc. (criteri 12, amb un 17,76%), així com el respecte a la intimitat i a la pròpia imatge (criteri 9, amb un 10,28%).

L'estudi també sistematitza les queixes per temàtica i ofereix un decàleg dels temes

més presents a les reclamacions. El racisme i la xenofòbia són els primers, seguits de la falsedat i la invasió de la intimitat. Altres temes que també apareixen en la llista són el fet no de incloure diferents punts de vista, la separació d'informació i opinió –i no basar-se en rumors o conjectures– o bé les informacions referides a menors.

L'estudi també mostra la sorpresa pel fet que “quedin amb el marcador a zero alguns ítems que sens dubte són impor-

tants en el panorama ètic actual si bé, per alguna raó o altra, no han estat objecte de reclamacions con-

cretes dels ciutadans davant del Consell”. Aquest, tal i com apunta l'estudi, és el cas d'aspectes polèmics com són el tractament de la violència de gènere o del respecte a les creences religioses.

D'altra banda, un dels tràmits que sol fer el Consell, és posar-se en contacte amb el mitjà de comunicació afectat per la queixa, de manera que conegui



## IGUAL QUE EUROPA

L'estudi del CIC és una radiografia de les debilitats ètiques dels nostres mitjans. És important perquè saber per on fallem, ens permet reflexionar i millorar. Curiosament, la difusió d'informacions no fonamentades, la invasió de la intimitat de les persones i el tractament inadequat de la immigració, les queixes més freqüents presentades al CIC, coincideixen amb les que reben els altres consells de la informació europeus.

Això mostra que, de vegades, els periodistes, en nom del dret de la gent a saber i de la llibertat, ignorem altres drets com el que tenen les persones a la intimitat i a la imatge, a la dignitat, a no ser discriminades o, sobretot, el dret a una informació rigorosa i veraç. L'estudi indica que quan ens n'oblidem, la gent ho rebutja. Quasi 600 queixes diuen que la ciutadania vol un periodisme lliure, independent i honest, un periodisme ètic, en el qual pugui confiar per informar-se, entendre el que passa, formar-se una opinió i prendre decisions. Quan totes les institucions trontollen, en plena crisi, la societat necessita uns mitjans ètics com a aliats per defensar els seus drets i salvar la democràcia.

### Lúcia Oliva

Presidenta del Consell de la Informació de Catalunya (CIC)

l'existència de la reclamació i pugui fer les al·legacions que l'empresa o la direcció del mitjà corresponent consideri pertinents. Així, un 41% del nombre total de queixes rebudes s'han fet arribar als mitjans o periodistes.

A partir d'aquí, s'obren dues possibilitats: que l'objecte de la queixa respongui o no ho faci. En aquest sentit, l'estudi remarca que de les 276 queixes que s'han enviat als mitjans de comunicació, la gran majoria

## EL MÉS HABITUAL ÉS QUE ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ NO RECONEGUIN LA TRANSGRESSIÓ ÈTICA DE LA QUAL SE'LS ACUSA

(182, un 66%) han rebut algun tipus de resposta per part dels mateixos afectats. En la gran majoria dels casos les respostes no reconeixen la transgressió. Això passa en un 87,4% de les respostes rebudes, mentre que el reconeixement tan sols es dona en un 5,5%, i parcialment en un 6%.

## TREBALL DOCTRINAL

En aquests quinze anys, el CIC ha elaborat un total de 230 dictàmens dels casos que han estat admesos a tràmit. El conjunt d'aquests dictàmens és el treball doctrinal del Consell, que l'informe també defineix com a *jurisprudència original del CIC*. Un cop excloses les queixes estàndards que en distorsionen la mostra, les dades assenyalen que en un 37% dels veredictes, el Consell ha decidit que la queixa era favorable al denunciador, mentre que en un 33% dels casos és favorable al mitjà de comunicació o al periodista. Tan sols en un 30% s'apunta que el veredictes és favorable parcialment al mitjà i, finalment, en un 17% és ambigu o conciliador.

En l'apartat de les conclusions, l'informe assegura que la quantitat de queixes al CIC en tots aquests anys, "queda molt lluny dels centenars que tramita cada any la britànica Press Complaints Commission, que en rep més de 4.000 en un sol exercici, o fins i tot de les prop de 100 que arriben al finlandès Council for Mass Media". "Però en qualsevol cas, —prosegueix— donen fe de vida de l'existència d'aquest organisme al nostre país". Tot i la diferència amb altres països, l'informe també apunta que

el conjunt de queixes rebudes en aquests tres lustres "representen un nombre estimable si es té en compte l'escassa infraestructura amb

què treballa la institució o s'comparem l'activitat del Consell amb la que darrerament ha tingut la Comisión de Quejas de la FAPE". Una altra de les conclusions de l'estudi és que els mitjans no adherits al CIC apareixen com a força més transgressors del Codi deontològic que no pas els que sí que hi estan adherits. **Ç**

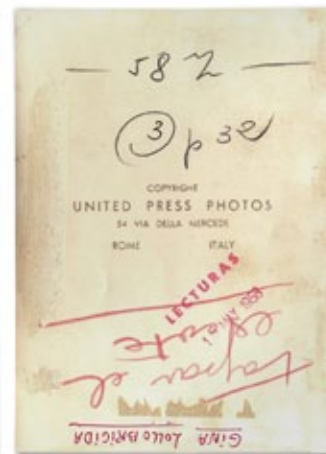
Més informació a:

[www.periodistes.org/fcic](http://www.periodistes.org/fcic) → Web de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya amb tota la informació de aquest organisme

<http://eticaiperiodisme.blog.cat> → Bloc del CIC Ètica i Periodisme

[www.eticaiperiodistica.org](http://www.eticaiperiodistica.org) → Web del Grup de Recerca en Periodisme de la UPF

+ info



L'arxiu de Juli Bou permet recuperar material històric de diferents exemplars de la revista Lecturas.

# ARXIU CONTRA L'OBLIT

El Col·legi aposta per la recuperació dels llegats dels periodistes

TEXT XAVIER MARTÍ

**Un recent acord entre el Col·legi de Periodistes i la Fundació Moret i Marguí busca la recuperació i preservació de les memòries i els llegats dels professionals de la informació. L'objectiu és que aquests puguin estar catalogats i a l'abast de tothom, com ja ha passat amb els arxius de Juli Bou, Salvador Escamilla i José Fernando Aguirre, que ja s'han recuperat per al gran públic.**

La Comissió Sèniors del Col·legi de Periodistes va signar un acord de col·laboració amb la Fundació Moret i Marguí a mitjan gener. L'objectiu de l'acord és incentivar, recuperar, conservar i catalogar els llegats personals i professionals dels periodistes catalans.

Per part del Col·legi, el conveni forma part del projecte de recuperació de llegats impulsat des de la Comissió de Sèniors i del Centre de Documentació Montserrat Roig (CDMR). La preservació de la memòria professional és un dels objectius estratègics del CDMR dintre el pla 2012-2014. Per tot això, des del Col·legi s'ha començat a col·laborar amb organitzacions que treballen en el mateix sentit per

## L'ARXIU DE CARLOS NADAL SERVIRÀ COM A PROVA PILOT DEL PROJECTE DE FONTS NACIONAL DE LLEGATS PROFESSIONALS

sumar esforços i generar sinergies, com és el cas de la Fundació Moret i Marguí, entitat privada que es dedica a la recuperació de memòries i llegats i que ja porta

alguns anys treballant en l'àmbit periodístic. “La nostra voluntat és sensibilitzar a la professió perquè no es perdin els llegats dels col·legiats”, afirma Montserrat Rius, coordinadora de la Comissió Sèniors. Per això, explica, es demana la donació dels llegats.

En aquest sentit, el Col·legi ha iniciat el projecte del fons documental de llegats professionals dels col·legiats en el CDMR, que busca crear un espai físic i virtual on es puguin conservar i catalogar els llegats i les memòries dels periodistes, de manera que se'n pugui fer difusió.

Per això s'ha creat un grup de treball dintre la Comissió de Sèniors per avaluar les diferents propostes de donacions de llegats. En aquest sentit ja s'està treballant amb una prova pilot de la col·legiada Maria

Dolors Massana, que ha ofert el fons del seu marit, Carlos Nadal, mort el 2010. Una prova pilot que permetrà crear les bases del conjunt del projecte.

“Els objectius principals del projecte són la preservació d'un fons, la creació d'un fons específic on trobar els diferents fons particulars, i la creació d'un catàleg col·lectiu en línia d'abast català”, afirma Carme Teixeiro, documentalista i responsable del CDMR. Teixeiro recorda que altres arxius ja preserven llegats de periodistes, com el de l'Arxiu Municipal de Girona o el de l'Arxiu Tarradellas de Poblet. Aquest últim disposa dels fons de Carles Sentís i Ramon Barnils.

## MATERIAL RECUPERAT

En el moment de la signatura de l'acord entre el Col·legi i la Fundació Moret i Marguí, aquesta entitat ja havia recuperat l'arxiu de tres periodistes destacats.

Es tracta dels llegats de José Fernando Aguirre, Juli Bou i Salvador Escamilla. Ells o els hereus han cedit els respectius arxius personals perquè puguin ser consultats a l'Arxiu Nacional de Catalunya o a la Biblioteca de la Universitat Pompeu Fabra.

El de Juli Bou, per exemple, permet mostrar l'evolució d'un tipus de periodisme que ha canviat força amb el temps. “En



El material del llegat de Salvador Escamilla ens acostava a les diferents facetes d'aquest periodista polifacètic

aquella època, a la premsa del cor tothom anava de bona fe. És ara que els personatges són molt diferents, amb la televisió tot això s'ha espatllat”, explica Juli Bou, que va ser director de la revista *Lecturas* des del juliol de 1956 fins al 1995.

Juli Bou i Gibert és nét del germà d'un dels fundadors, el 1909, de la Sociedad General de Publicaciones, que el juny d'aquell mateix any editava el primer número de la revista *El Hogar y la Moda*. Es presentava com “la primera revista femenina española” i era de periodicitat trimestral.

L'èxit de la publicació va fer que, anys més tard, l'empresa passés a denominar-se “El Hogar y la Moda, SA (Hymssa)”. Es publicaven diverses revistes, llibres infantils i “per a dones”, novel·les, diccionaris i obres de divulgació. El juny de 1921, essent directora de la revista insígnia la periodista María Luz Morales, apareixia *Lecturas*, amb el subtítol “Suplemento literario de El Hogar y la Moda”. Hi col·laboraven escriptors i dibuixants coneguts a l'època.

Segons s'apunta en el primer número de la publicació, aquesta es vol reeixir “en un

intento de introducció de literatura sana en los hogares. Nuestro ánimo es hacer un magazine literario para familias, dónde se aúnen el buen gusto, el interés novelesco y la moral más alta”. Mensual, cent pàgines, bona presentació, gran nombre d'il·lustracions i autors coneguts barrejats amb noms novells la van convertir en una de les revistes de referència per a les llars benpensants.

Es va mantenir, amb alts i baixos, fins a la Guerra Civil, quan els tallers van ser confiscats i part de l'editorial, cremada. La revista tornà a sortir, quinzenal, el 1941

essent-ne director Javier Gibert Porrera fins al 1956. “A mi em van fer estudiar periodisme i, com que tenia el carnet, per reial decret familiar i perquè des de Madrid no possessin algun franquista i algú de fora la família, l’1 de juliol d’aquell any me’n vaig fer càrrec”, explica Juli Bou.

Sobre la situació política: “Mai sabies què et podia passar. Per això, els editorials del 18 de juliol, del 26 de gener (aniversari de l’entrada a Barcelona de les tropes franquistes) o altres, me’ls feia fer per un

## UN GRUP DE TREBALL DE LA COMISSIÓ DE SÈNIORS AVALUARÀ LES PROPOSTES DE DONACIONS DELS DIFERENTS LLEGATS

periodista i funcionari del Ministerio de Información”. O també: “Quan publicàvem alguna fotografia política, copiàvem el peu tal com ho deia *La Vanguardia*, per no tenir problemes”.

Sobre la censura: “Es fixaven en els escots de les dones o en les situacions matrimonials: vaig estar molts anys casant Elisabeth Taylor sense haver-se divorciat mai. La situació més complicada es va donar amb el casament de Margarida d’Anglaterra. Va coincidir que havíem imprès 200.000 exemplars i els censors volien que a la portada hi sortís Franco, perquè era a Barcelona...”.

Sobre els famosos: “Jo sempre he jugat a favor dels personatges, per no fer-los mal. En aquella època tothom anava de bona fe. Amb els famosos érem carn i ungla, quan era bona gent. Amb la televisió, es va espantillar. Pagar als famosos? Tot això ho va començar l’apoderat d’una gran actriu. Però sí, he pagat bastants milionets... sempre com a inversió, perquè feien vendre més. I algunes persones que neguen taxativament no haver cobrat mai, encara en guardo els contractes”.

Sobre les revistes del cor: “La premsa rosa era un món periodístic com el d’esports:

no feia por. I teníem l’avantatge que guanyàvem molts diners. La revista *Hola* i nosaltres vam saber trobar el nostre públic. Sí, és cert, en la professió no teníem gaire bona premsa, tot i així no érem premsa groga. No, les revistes no tenen *paparazzis*, són les agències i els mateixos fotògrafs, nosaltres només comprem. La revista més venuda? La de la Chabeli: 900.000 exemplars. Després, la de la Lolita, que era a l’agost. La Preysler ens va fer vendre 30.000 exemplars més que el número anterior. Després, la mort de Cashiragi,

que va coincidir que teníem un fotògraf en aquelles proves esportives: com que ja teníem la revista feta, vam afegir un plec de setze pàgines, amb una doble portada. Vam ser els primers”.

Juli Bou, que va començar com a primer delegat a Catalunya de l’agència Europa Press, recorda com va llogar una avioneta per portar les fotografies del casament de Fabiola de Bèlgica, tot revelant-les en el mateix aparell. “M’aplico més mèrits per altres coses que per *Lecturas*. Si treballaves, era molt fàcil”, admet. Es va jubilar el 1995, al cap de quaranta anys d’haver-ne agafat les regnes. “Ara no en vull saber res”, conclou. Quasi vint anys després de la seva jubilació, els membres de la Fundació Moret i Marguà estan treballant amb el material que Bou els ha cedit.

## DE MADRID... A BARCELONA

El segon dels arxius que s’ha aconseguit preservar és el de José Fernando Aguirre i és ben diferent del de Bou. Aguirre va néixer a Madrid el 1917 però era originari d’una família basca que es relacionava amb l’aristocràcia i la noblesa tot i que mai no va voler aclarir-ne aquestes relacions. A la capital de l’Estat, la seva família i ell mateix, formaren part d’alguns dels cercles literaris més destacats. Posseïdors d’una bona biblioteca, va entrar en contacte amb Eugeni d’Ors.

## CONVERSES AMB L'ARXIU NACIONAL

La intenció del Col·legi de Periodistes és que la futura col·lecció de llegats de periodistes estigui, preferentment, unida en un arxiu. La primera opció del Col·legi és l’Arxiu Nacional de Catalunya, que actualment ja disposa en els seus fons de diferents llegats de professionals de la informació. Un altra objectiu és crear un catàleg col·lectiu bibliogràfic automatitzat consultable en línia i d’accés obert que unifiqui tota la professió dels diversos fons dels diferents arxius catalans.

Per aconseguir aquesta fita, a finals de febrer els responsables de la Comissió i del Centre de Documentació Montserrat Roig (CDMR) van tenir una primera reunió amb els tècnics de l’Arxiu Nacional. La trobada va ser molt fructífera fins al punt que ja estan treballant en l’elaboració d’un conveni.

“El que seria ideal, -assegura Montserrat Rius- és que l’Arxiu Nacional de Catalunya, com a capdavanter dels arxius catalans, assumís ser el dipositari d’un projecte com aquest. I tant de bo es crees un fons de periodistes propi, així com un catàleg col·lectiu”. Paral·lelament, la Fundació Moret i Marguà està pendent d’un acord -genèric, no tan sols centrat en el cas dels periodistes- amb la Conselleria de Cultura.

## EN DEFENSA DE LA MEMÒRIA

La Comissió de Sèniors del Col·legi es va constituir a mitjans del 2012 i té com a objectius representar i donar suport als professionals majors de 55 anys en situació laboral de jubilació i pre-jubilació -en molts casos no voluntària- que actualment són un 24% dels periodistes col·legiats. L'objectiu de la comissió és defensar els seus drets específics, valorar la seva experiència laboral i estimular la seva participació organitzant esdeveniments professionals i activitats socials, culturals, formatives, de salut i benestar que puguin ser interessants.

La Fundació Moret i Marguí ([www.moretmargui.cat](http://www.moretmargui.cat)) treballa per a la divulgació del patrimoni dels periodistes i de tot el que faci referència a la memòria. Per això intenta "convèncer" personatges que han tingut alguna cosa a dir en l'àmbit de la cultura perquè cedeixin el material personal a arxius (locals, comarcals, nacional, segons la preferència de cadascú), siguin catalogats i restin a l'abast de tothom. En aquest sentit, actualment s'està en converses amb una mitja dotzena de persones perquè donin els seu arxiu. L'objectiu final és aconseguir una base de dades de tots els arxius del país.

Durant la Guerra Civil, va ser oficial a l'exèrcit republicà al front de la Sierra de Madrid. Al cap d'un temps, va desertar i posteriorment se'l va trobar a Sant Sebastià, feu franquista i on s'havien refugiat milers de persones favorables als colpistes. Segons explica el seu gendre, Angel Morán, periodista retirat que actualment exerceix de professor d'Història, "en acabar la guerra, un periodista el porta a dirigir un diari del Movimiento a Albace-

## "CEDEIXO TOTS ELS DOCUMENTS PERQUÈ ÉS EL QUE ELL VOLDRIA", ADMET LA VÍDUA DE SALVADOR ESCAMILLA

te (*La Voz de Albacete*) i, posteriorment, al de Zaragoza (*Amanecer*). Després va estar un temps a *El Alcázar* de Madrid".

Josep M. Cadena, memòria viva del periodisme català, recorda com "Aguirre se sentia defraudat perquè sempre tenia "la revolució pendiente". Era escèptic i crític, i la seva crítica va anar augmentant perquè era un home que "pensava" i veia que allò no podia funcionar. No era anti-Franco però no era un immobilista". Format en l'escola de Juan Aparicio López, el primer Director General de Premsa de la dictadura ("eren cursos de tres mesos i una escola per crear directors de diaris i repartir-los per tot l'Estat", diu Cadena), Aguirre "era un home que en relació al Movimiento, els era problemàtic".

El 1955, es trasllada a treballar a Barcelona. Primer a *Solidaridad Nacional* i, després, al vesper *La Prensa*, ambdós del Movimiento. Tot i estar en aquests diaris, el 1965, el Ministerio de Información el va enviar un any a Rabat i al Caire, des d'on trameia cròniques. El 1970, va començar a treballar a *Tele-Exprés* i, més tard, a *El Noticiero Universal*, on es va jubilar el 1988. Va ser professor a l'Escola de Periodisme de l'Església i a la Universitat de Navarra.

Angel Morán explica que "fins als anys 80, Aguirre va tenir una intensa vida

professional i social. Tenia una gran relació amb el món dels escriptors i gaudia d'una biblioteca tremenda que va donar a la Generalitat, excepte els llibres que estaven dedicats". És en aquesta època que, segons recorda el seu gendre, "va treballar amb Tarín Iglesias, en una mena de gabinet de comunicació per a empreses i institucions. Això era el seu divertiment!".

Aguirre va morir l'octubre de 1996. "El seu despatx estava ple de papers -explica Morán- i molts van desaparèixer. Quan la meua dona [filla d'Aguirre] i jo vam buidar el pis, uns

tres mesos després, vam rescatar de la pols els que hi havia. Eren milers d'articles i manuscrits que vam posar en dues maletes ben tancades. I allà s'han estat fins ara, que ho hem cedit. També hi ha algunes fotografies d'actes diversos on surt ell. Les hem deixat perquè si algú l'estudia, que pugui posar una cara al personatge. Però tot està per catalogar". Aquesta tasca de catalogació tindrà lloc a la biblioteca de la Universitat Pompeu Fabra.

## MÉS QUE UNA VEU

Juntament amb el de Bou i Aguirre, uUn altra arxiu que algun dia podrà ser consultat per tothom és el del polifacètic Salvador Escamilla, que va exercir de presentador de ràdio i televisió, de cantant, d'actor, de doblador de musicals i d'activista. Segons la seva vídua, la periodista napolitana Elena Imparato, "el més important d'ell no és el professional sinó la persona, perquè sempre ajudava sense demanar res a canvi. Ha transmès molts valors: deia que un home ha de servir al seu país". "Cedeixo tots els documents perquè és el que ell voldria", admet. Bona part d'aquesta documentació són cintes amb entrevistes.

Salvador Escamilla i Gómez (Barcelona 1931-2008) havia començat a treballar en una fàbrica de botons i com a ceramista al





# AMB ACCENT DEL NORD

La difícil conjuntura de la informació a la Catalunya Nord

TEXT MARIA HORNOS

FOTO ROGER LLEIXÀ

**A la Catalunya Nord, un territori tradicionalment català, però de sobirania francesa, l'existència de mitjans en català ha anat minvant amb els anys. Avui, l'oferta en ràdio, televisió i premsa en català és més aviat escassa. Com s'informen els nord-catalans? Com hi estan afectant la crisi del periodisme i les retallades? Mostrem una radiografia del panorama actual i suscitarem nous horitzons mediàtics.**



Comencem amb dades: a la Catalunya Nord hi viuen 440.885 persones (segons el cens oficial de 2008). Les dades de l'Associació de Sociolingüistes de Llengua Catalana mostren que el 65,3% dels habitants entén el català, un 37,1% el parla, un 31,4% el llegeix i un 10,6% l'escriu. A banda d'aquest coneixement popular, destaca un reconeixement institucional incipient: el 2007, el Consell General dels Pirineus Orientals va declarar l'oficialitat del català a través de la "Carta a favor del català", s'han fet avanços en retolació bilingüe i, en educació, un 18,27% de l'alumnat (12.393 sobre un total de 67.816) rep algun tipus d'ensenyament en català, segons un informe sobre la situació de la llengua de la Xarxa Cruscat-IEC. En canvi, totes aquestes passes no s'han donat en el món de la informació i de la comunicació.

En quina mesura els mitjans utilitzen la llengua i quines audiències tenen? És difícil precisar-ho perquè, d'una banda, el govern francès considera estrangers els mitjans catalans i, de l'altra, des de Catalunya, eines de mesura eficients com, per exemple, el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, s'aturen a la frontera. Quin és, doncs, l'univers mediàtic del nord?

L'escenari mediàtic nord-català té tres protagonistes estel·lars: France Bleu Roussillon, a la ràdio, amb emissions totalment en francès; France 3, a la televisió, que ofereix 10 hores de programació en català a l'any, ho detallarem després i, l'*Indépendent*, en premsa, en què anecdòticament apareix alguna columna d'opinió en català. Ara bé, en aquesta composició eminentment francòfona, descobrim una estructura amb un valor simbòlic notable que s'ha erigit com a referent per als catalanoparlants: Ràdio Arrels.

Es tracta d'un mitjà que emet 24 hores al dia (50 hores setmanals de programació de producció pròpia) en català. Aquesta emissora, que rep ajudes de diverses institucions té, d'acord amb l'enquesta del 2010-2011 de l'Institut Médiamétrie que mesura les audiències del país veí,

una quota del 0,4%, tot i que, un estudi del 2008 elaborat per la pròpia emissora xifrava en 50.000 el nombre d'oients mensuals (2008). A Perpinyà, també és possible sintonitzar les retransmissions de Catalunya Ràdio i Ràdio Flaixbac que, segons dades del mateix Institut sumen, com a "ràdios estrangeres", un total del 0,7% de l'audiència.

A més, els repetidors de l'Albera i del Puig de les Salines permeten veure TV3 i el33. Però, què opinen els nord-catalans de tvç? Segons el periodista Pere Codonyan,

## A FINAL DE FEBRER, S'ANUNCIAVA EL TANCAMENT DE LA CORRESPONSALIA DE TV3 D'AQUEST TERRITORI DE SOBIRANIA FRANCESA

"tothom la coneix, sobretot, els pagesos que aprecien especialment les prediccions del temps i, fins i tot, els joves emigrants que no parlen català, però miren els partits del Barça". Malgrat que bona part del territori pot seguir aquestes transmissions, l'arribada de la TDT va originar problemes en la recepció. Poc després de fer aquestes declaracions, a final de febrer, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals anunciava que tancava la corresponsalia de Catalunya Nord que portava Codonyan per raons pressupostàries.

### RETAILLADES A FRANCE 3

D'altra banda, a A France 3, es pot gaudir cada dissabte d'un informatiu en català de sis minuts i, un diumenge de cada tres, l'edició del programa *Vivre al País* es realitza també en català (la resta de dies s'emet en occità). Però la cadena va decidir suspendre aquests espais durant les vacances de Tots Sants i de Nadal. Sebastien Girard, periodista de France 3 a la delegació de Perpinyà, explica que els periodistes de l'audiovisual francès pateixen les condicions de la crisi: "a banda de les retallades que ja s'han fet, se n'anuncien de noves i és molt probable que escurcin el format d'actualitat local".

Per què no és possible que un mitjà públic francès aposti per les anomenades "llengües regionals" amb continguts de proximitat? Segons Girard, "la producció de reportatges en català no augmenta perquè no pot". El periodista rossellonès considera que, en aquests instants, els redactors estan "lligats de peus i mans amb l'esquema de France Télévisió que, si bé posseeix un bon grapat de redaccions escampades arreu de l'estat, les anomenades redaccions locals no són prioritàries quant a l'increment del temps de difusió" i, afegeix, que se'ls "empra per estalviar". És a dir, "si no s'amplia l'oferta catalanòfona no és pas perquè hi hagi cap persona contrària a l'emancipació catalana sinó que, tècnicament, l'estructura i la conjuntura actual no ho permeten".

### POQUES PUBLICACIONS

Finalment, pel que fa a les publicacions, fins al 2008 es podia comprar als quioscs el setmanari *El Punt-Catalunya Nord* (la seva presència es va allargar durant vint anys amb un tiratge, en la millor època, de 2.000 exemplars). Segons Esteve Carrera, periodista d'*El Punt* que va treballar a l'edició del nord, el diari "es va deixar de publicar senzillament perquè econòmicament no aguantava". Carrera emfatitza que "sovint es venien més exemplars d'*El Punt* que no pas de *Le Monde*, *Libération* o *Le Figaro*. La diferència és que aquestes capçaleres compensaven el mercat a la resta de l'estat i rebien ajudes públiques". En la mateixa línia, cal fer-nos ressò de la desaparició de la revista satírica mensual *El Fiçó*, que va posar el punt i final el 2009, després de quinze anys oferint articles sobre l'actualitat política nord-catalana, amb el número 204 que portava per títol "El darrer Fiçó abans de la independència".

Ara per ara, l'únic exemple viu en llengua catalana és la revista infantil *Mil dimonis*. L'Associació per a l'Ensenyament en



## EL PARENT LLUNYÀ DEL NORD?

La identitat catalana a l'altra banda de la ratlla s'ha anat afeblint sota la pressió més o menys forta de l'esdevenir històric del territori: el tractat dels Pirineus, la Revolució Francesa (vegeu abbé Grégoire: *Rapport sur la nécessité et les moyens d'anéantir les patois et d'universaliser l'usage de la langue française*) i, més tard, també les guerres mundials.

Tot i així, el cop de gràcia el va donar l'escola francesa, en ple segle XX, prohibint l'ús de la llengua catalana, i només ho aconseguiren castigant els nens que la parlaven.

Actualment, la situació ja és molt delicada, el dialecte rossellonès és en vies d'extinció, i hi ha un greu problema d'autoodi per la llengua (no gosens ni parlar-la o s'hi senten incòmodes). També la mare pàtria, s'ha anat allunyant del fill del nord, i més en temps de crisi, per esdevenir tan sols un parent llunyà. Aquest abandó dol econòmicament i també psicològicament. Aquí la lluita continua, generació rere generació, sense treva.

En resum, quants oients/lectors potencials hi ha ara mateix a la Catalunya Nord? Qui finançarà mitjans de comunicació en català per a uns pocs catalanòfons?

**Jordi Sales**

Professor de català a Ceret

Català (APLEC) edita aquesta revista que té un tiratge de 3.500 exemplars amb 10.000 lectors mensuals i que al gener de 2013 va arribar al número 100.

## NOUS HORIZONS

Enmig d'aquest paisatge dominat pels mitjans en francès, Pere Codonyan confessa tenir el sentiment que el territori viu "a remolc" del que pugui passar al sud de l'Albera: "estem sota mínims però, de moment, no hi ha un rebuig del català, al contrari. Mentre una part de la població sembla indiferent, una altra demostra simpatia pel fet català i hi ha una minoria

També, Joan-Lluís Lluís, periodista i escriptor nord-català, és del parer que "no hi ha animositat contra el català", però lamenta l'absència d'una demanda estructurada: "Topem amb individus que consumeixen premsa en català vinguda del Principat i que voldrien consumir-ne de local, encara que la suma d'aquestes persones no crea una pressió social. La immensa majoria, parli o no català, és feliç amb la premsa local, d'expressió francesa i generalment de nivell molt mediocre". Per motivar un marc mediàtic en català, la solució passa, assenyala, per la independència: "Les mentalitats i, sobretot, els hàbits no evolucionaran fàcilment, excep-

te si es produeix un canvi dràstic d'escala geopolítica: que el país veí, ara Espanya, tot d'una passi a ser Catalunya".

## RÀDIO ARRELS, QUE EMET 24 HORES AL DIA EN CATALÀ, S'HA ERIGIT COM A REFERENT PER ALS CATALANOPARLANTS

activa que el manté i el defensa. Aquí no existeix el compromís amb la llengua que predomina al Principat, si bé tampoc no trobem blaverisme ni anticatalanisme com al País Valencià".

Per la seva banda, Berenguer Ballester, periodista de Ràdio Arrels, insisteix en el fet que mitjans com France Bleu Roussillon i l'*Indépendant* reclamen utilitzar més la llengua. Amb tot, "les empreses s'hi



A les pàgines anteriors, estudis de France 3. A dalt, redacció del rotatiu *L'Indépendant*.



## SUSPESES LES EMISSIONS EN CATALÀ A LA CATALUNYA NORD.

El canal públic francès, France 3 ha suspès temporalment, fins a final d'any, i en períodes festius, l'emissió de programes en català en la desconexió territorial de Catalunya Nord, principalment la referent a l'informatiu nocturn 19/20. La suspensió té per objectiu estalviar 700.000 euros, segons la direcció de France Televisions. El periodista Sebastian Girard de la delegació de France 3 a Perpinyà, considera que els responsables de la cadena "ens tenen al marge i quan es tracta d'estalviar diners comencen per nosaltres". El centre departamental de Perpinyà és l'encarregat de cobrir les notícies a la zona i també la transfronterera.



Ràdio Arrels és un dels pocs mitjans que segueix donant una oferta comunicativa en català.

neguen perquè asseguren que l'audiència no ho demana". Davant d'aquesta postura, Ballester adverteix que "sense mobilitzacions per part de la societat no hi haurà més presència del català". Coincidint amb la línia que dibuixava Joan-Lluís Lluís, per a Ballester l'únic desenllaç factible seria que Catalunya arribés a la independència.

Tampoc Esteve Carrera, que va ser redactor d'*El Punt-Catalunya Nord*, hi veu facilitats per confeccionar un nou escenari i recorda que "a grans trets els rossellonesos se senten molt catalans, però

això, la via de subsistència dels mitjans en català s'erigeix, d'acord amb Carrera, en el suport digital.

### LA VIA DIGITAL

En definitiva, a la Catalunya Nord ens trobem amb una oferta comunicativa en llengua catalana molt precària, sostinguda bàsicament per un mitjà de comunicació com Ràdio Arrels i per les produccions que arriben del sud. En canvi, també descobrim una terra fèrtil, amb bona predisposició per part de periodistes i

EL 2008 ES VA DEIXAR D'EDITAR EL SETMANARI *EL PUNT-CATALUNYA NORD* I EL 2009 LA REVISTA SATÍRICA MENSUAL *EL FIÇÓ*

ho expressen cada vegada més en francès i, amb la premsa, passa el mateix". Aquest fet es veu agreujat per la crisi periodística. Per

consumidors amb iniciatives, d'una banda, com el Col·lectiu Oliba, un projecte nord-català que ha nascut amb el suport d'un ampli

grup d'artistes i d'intel·lectuals amb l'objectiu de fer conèixer Catalunya al públic i als mitjans francòfons.

De l'altra, han aparegut suports digitals que complementen l'oferta dels webs d'*El Punt* o Vilaweb, com per exemple, el portal *Open.cat*, un *think tank* que publica, sobretot, articles d'opinió bilingües i que ha estat l'hereu del digital d'informació *La Clau*, congelat des de fa mesos.

*Open.cat* pretén impulsar reflexions sobre l'economia, les estructures, la cultura o la llengua en una àrea d'influència definida per les ciutats de Perpinyà, Figueres i Girona. Tot plegat, podria fer créixer la llavor d'un nou periodisme en català amb accent del nord. Ç

Més informació a:  
[www.open.cat](http://www.open.cat) → Web d'*Open. Cat*,  
*think tank* nord-català  
[oliba.catnord.cat](http://oliba.catnord.cat) → Web del  
 Col·lectiu Oliba

+ info

# *EXPLORA NOUS AMBITTS 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](http://www.cfd.periodistes.org)



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



# SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



El debat entorn el futur de la premsa en paper, les diferents aplicacions digitals dels diaris, les versions en línia dels mitjans i la seva sostenibilitat econòmica són alguns dels aspectes relacionats amb la revolució tecnològica actual que es pot trobar a la Xarxa.



## ESPANYA: 2020

<http://ow.ly/hUv1u>

Dins dels "Matins ESADE", la firma Anuntis diu que els diaris de paper desapareixeran a Espanya l'any 2020. Són quatre anys abans de la data proposada pel "Newspaper Extinction Timeline" esmentat en l'article central.

## NEWSWEEK, NOMÉS EN DIGITAL

<http://ow.ly/i8kxs>

<http://ow.ly/i8kFj>

Tancada l'edició en paper, *Newsweek* -ara integrada en la publicació *The Daily Beast*- passa exclusivament al món digital. Al segon enllaç, teniu les dades del nou servei.

## POLÈMIC GOOGLE

<http://ow.ly/hUveb>

El conegut analista Enrique Dans critica la petició dels diaris espanyols perquè Google pagui per enllaçar amb els seus continguts en el cercador i altres serveis en línia.

## GOOGLE PAGARÀ ALS EDITORS FRANCESOS

<http://ow.ly/hUvrgA>

A França, la multinacional Google pagarà als editors de premsa generalista fins a 60 milions d'euros a través d'un "fons d'ajuda a la transició digital" per poder utilitzar els continguts dels seus mitjans.

## FINANCIAL TIMES, PRIORITAT DIGITAL

<http://ow.ly/hUvrvj>

El *Financial Times* dona prioritat a l'edició digital. Fa uns mesos, la versió digital -amb algunes parts de pagament- va superar el nombre de subscriptors de la versió en paper.

## ECONOMIA I DEMOGRAFIA

<http://ow.ly/hUvrmr>

El Pew Research Center ha elaborat l'informe titulat "The State of the New Media 2012", sobre els mitjans nord-americans, amb dades econòmiques i demogràfiques, a més de comparatives entre paper i digital.

## ECONOMIA I DEMOGRAFIA (POLÈMICA)

<http://ow.ly/hUvrvj>

Les dades sobre el progressiu envelliment dels lectors de diaris de paper i la repercussió d'aquest fet en el negoci periodístic i el futur dels mitjans de comunicació, ha creat una important polèmica als Estats Units. En aquest web en teniu tres punts de vista.

## THE DAILY APAGA LA TAULETA TÀCTIL

[www.thedaily.com](http://www.thedaily.com)

No sols pateix el paper. La revista per a tauletes digitals creada pel grup del magnat Rupert Murdoch l'any 2011 ha tancat. L'explicació que han donat és la següent: "Ha estat un vehicle increïble per a la innovació i estem orgullosos de la feina sense precedents

que hem fet, però en última instància no hem estat capaços de créixer i aconseguir una audiència tan gran com esperàvem."

## CRÒNICA GLOBAL

[www.guardian.co.uk/media/newspaper-closures](http://www.guardian.co.uk/media/newspaper-closures)

*The Guardian* té aquest lloc global dedicat a explicar i comentar tancaments i problemes de diaris i publicacions, digitals o de paper.

## EL SECTOR A ESPANYA

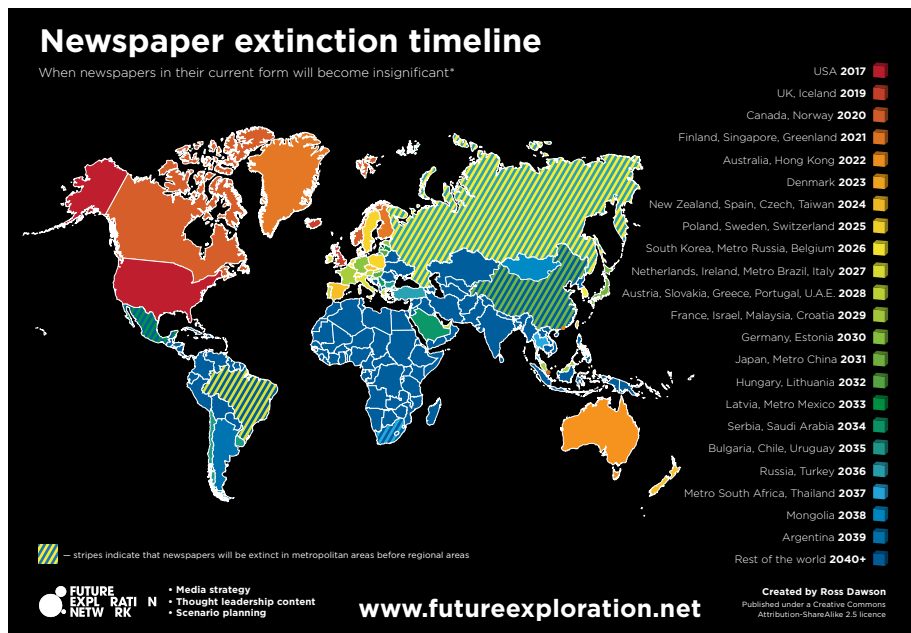
<http://ow.ly/hUvu0>

L'edició 2012 de l'"Informe Anual de la Profesió Periodística", recull les dades del sector a Espanya. Entre 2008 i novembre del 2012, han tancat més de 190 mitjans, inclosos 22 diaris, 132 revistes, 20 televisions i 4 ràdios.



## LA MORT DEL PAPER I ALTRES ESQUELES

Estudis i llibres analitzen les causes de la crisi actual i dibuixen el futur del periodisme i dels mitjans de comunicació



Mapa amb els països i les dates de la desaparició dels diaris en paper, segons Future Exploration Network.

En els darrers mesos, hem escoltat prediccions com la de Rupert Murdoch –“arribarà el dia, en 5, 10 o 20 anys, en què el negoci de les notícies serà purament electrònic”–, hem vist plegar dotzenes de diaris i revistes de paper i estem vivint les retallades de plantilles i altres realitats imposades per la crisi integral que qüestiona el model de negoci i les estructures del periodisme. La desaparició del paper, o almenys la fi del seu rol com a suport predominant, cada vegada sembla més propera, malgrat que la proposta digital encara tingui molts interrogants, especialment en el terreny comercial. Diversos estudis i llibres aporten punts de vista, reflexions i, fins i tot, dades concretes sobre aquest escenari de canvi.

### L'EXTINCIÓ COMENÇARÀ EL 2017

La consultora nord-americana Future Exploration Network, dirigida pel futuròleg Ross Dawson i que es dedica a assessorar firmes com American Express, Coca-Cola, Deutsche Telekom o Toyota, és l'autora del treball “Calendari d'extinció dels diaris” (Newspaper Extinction Timeline), amb una llarga llista de països i dates sobre quan els diaris en paper començaran a extingir-se.

El subtítol del treball és “En quin moment els diaris en l'actual forma resultaran insignificants” (When newspapers in their current forms will become insignificant). I l'estudi diu que la fi començarà pels EUA l'any 2017 i continuarà al Regne Unit i

### UNA CONSULTORA NORD-AMERICANA PREVEU LA DESAPARICIÓ DEL PAPER AL MÓN. A ESPANYA TINDRIA LLOC EL 2024

Islàndia (2019); Canadà i Noruega (2020); Finlàndia i Singapur (2021); Austràlia i Hong Kong (2022); Dinamarca (2023) i Nova Zelanda, Espanya, República Txeca i Taiwan (2024). El llistat finalitza amb Mongòlia (2038), Argentina (2039) i la resta del món (més enllà del 2040).

### MUTACIONS I ADAPTACIONS

“Publicació Post Digital. Mutacions en l'edició des de 1984” (Post Digital Print. The Mutation of Publishing since 1984), de l'artista i periodista italià Alessandro Ludovico, tracta el salt del paper al digital

des d'una perspectiva molt ampla i cultural. Probablement, per això el títol convida a anar més enllà del fenomen digital. Cita els experiments comunicatius que per endavant del seu temps han realitzat artistes d'avantguarda, activistes i tecnòlegs, analitza les possibilitats comunicatives i artístiques dels nous formats i veu indicis contradictoris sobre el futur.

“Periodisme Post Industrial. L'adaptació al present”, firmat per C.W. Anderson, Emily Bell i Clay Shirky, i editat per la Universitat de Columbia i el Tow Center for Digital Journalism, analitza els enormes canvis que el periodisme nord-americà ha viscut els darrers anys. Parla molt de la sotragada soferta pel món periodístic tradicional i poc de les noves formes de consum que proposen els mitjans digitals. Joshua Benton, director del Nieman Journalism Lab de Harvard, recomana l'obra, però comenta aquest aspecte: “L'única crítica general a fer de l'informe és que està enfocada a la pràctica periodística, si bé crea un punt cec a l'hora d'analitzar les pràctiques de l'audiència (...). Les novetats més interessants del 2012 han estat els canvis en el consum de notícies: la reformulació del concepte d'article, reempaquetatge de continguts i nous mecanismes de lliurament”.

### QUATRE CRISIS EN UNA

Una aproximació més propera i contextualitzada és la que proposa Albert Montagut a *NewPaper (Cómo la revolución digital transforma la prensa)*. La tesi central del llibre de Montagut és que ens trobem davant de la suma de quatre crisis; la crisi d'independència, la desaparició del reporterisme, l'arribada d'Internet i la crisi econòmica.

### ENLLAÇOS

“Newspaper Extinction Timeline”

<http://ow.ly/hUwz>

“Post Digital Print. The Mutation of Publishing since 1984”

<http://ow.ly/hUwx8>

Entrevista amb Alessandro Ludovico

<http://ow.ly/hUxex>

“Post Industrial Journalism. Adapting to the Present”

<http://ow.ly/hUxil>

Joshua Benton/Nieman Lab

<http://ow.ly/hUxlg>

“NewPaper (Cómo la revolución digital transforma la prensa)”

<http://ow.ly/hUxny>



## QUÈ PENSA SALVADOR CARDÚS

Ignasi Aragay | Dèria Editors, 2012 | 210 pàgines

El periodista Ignasi Aragay ens presenta un llibre de converses amb Salvador Cardús. Educació, política o independència són alguns dels temes tractats amb aquest sociòleg des d'una mirada qualificada per l'autor d'heterodoxa, amb "la veu més rigorosa i lliure a l'hora de parlar d'una Catalunya independent, que veu cada cop més propera i que s'imagina menys arcàdica del que molts somniem". Ciutadà compromès amb l'educació, opinador mediàtic implacablement crític amb els mitjans, influent pensador polític, estudiós de la identitat i la immigració o sociòleg que veu una trampa darrere de cada enquesta. Són alguns dels trets descrits per Aragay per convidar-nos a conèixer una mica més Salvador Cardús a través de les pàgines d'aquest llibre. "És un pou de sorpreses, entre altres coses, perquè té molt afinat el gust per la paradoxa, per la capacitat de girar les evidències aparents com un mitjà (...). "Us convido a descobrir un Cardús desinhibit, crític i autocrític, al·lèrgic a qualsevol mena d'adoctrinament, però fort en els posicionaments", afirma l'autor.



## CORRESPONSALS DE LES MIGRACIONS

La cobertura informativa d'un fet global

Jean-Paul Marthoz | Pol·len Edicions, 2012 | 232 pàgines

En l'actualitat, al món hi ha més de 214 milions de persones que no viuen al lloc on van néixer, segons les Nacions Unides. Són molts els factors que cal que tingui en compte el periodista que vol informar rigorosament de les migracions al segle XXI. Aquest llibre del periodista belga Jean-Paul Marthoz ha estat adaptat al context català i espanyol per oferir les eines periodístiques fonamentals per retratar el fet migratori. Es tracta d'un manual que posa sobre la taula alguns dels principals interrogants de la cobertura de les migracions: cal citar-ne l'origen ètnic?, cal donar la paraula als racistes?, com s'han d'explicar les històries humanes? D'altra banda, l'obra aporta les nocions sociològiques i jurídiques per comprendre les dinàmiques migratòries. Aquest llibre neix amb la voluntat de ser un manual que aborda amb mirada complexa i global el fet migratori, un recull de recursos pràctic i accessible adreçat tant als periodistes com als investigadors o a qualsevol altra persona interessada a retratar millor un fet global. Jean-Paul Marthoz és periodista, activista dels drets humans i professor de Periodisme internacional a la Universitat Catòlica de Lovaina (Bèlgica).



## CAJAS MÁGICAS

El renacimiento de la televisión pública en América Latina

Luis Arroyo, Martín Becerra, Ángel García Castillejo i Óscar Santamaría  
Editorial Tecnos, 2012 | 182 pàgines

Aquest llibre va néixer arran de les converses dels autors mantingudes a Montevideo, Asunción i Madrid, a partir d'un repte: reflectir sobre el paper del present i futur d'un univers, el dels mitjans de comunicació, i especialment el de la televisió pública. En el nou escenari que s'està configurant, el paper dels mitjans públics també està mutant. I ho està fent a tot el món, però amb especial èmfasi a Llatinoamèrica, on des de fa temps ha ressorgit el debat sobre quina hauria de ser la seva funció i missió. Luis Arroyo és sociòleg i ha treballat per al Govern d'Espanya en diversos encàrrecs. És autor d'*El poder polític en escena* o *Frases como puños*. Martín Becerra és investigador sobre polítiques i economia de la comunicació. Professor de la Universitat Nacional de Quilmes i de la UBA (Argentina), va treballar com a periodista a mitjans gràfics. Ángel García és professor de periodisme i comunicació audiovisual a la Universitat Carlos III de Madrid. Óscar Santamaría és periodista. Després de dotze anys com a corresponsal a Madrid i Nova York per a mitjans espanyols i llatinoamericans, ara treballa com a consultor.

## AHORA QUE AÚN ME ACUERDO DE TODO (O CASI)...

Carlos Romeu

Astiberri Ediciones, 2012

180 pàgines



L'humorista gràfic Carlos Romeu és el creador de *Miguelito*, el personatge que va dibuixar per a *El País* des del moment del naixement del rotatiu, l'any 1976, fins a final del 2009. Col·laborador també en altres publicacions com *Fotogramas*, *Por Favor*, *Interviú* o

*El Jueves* –revista de la qual va ser membre fundador–, més d'una generació té present les qualitats d'observador de la realitat. En aquesta obra, ens explica la seva vida, plena de les entretingudes anècdotes de qui ha viscut els apassionants i problemàtics anys de la transició des de la primera fila, oferint-nos una valuosa fotografia de les últimes dècades de la història d'Espanya. Per les pàgines d'aquesta autobiografia, desfilen personatges tan coneguts com Perich, Vázquez Montalbán, Tierno Galván, Chumy Chúmez, Jordi Pujol... A més d'humorista gràfic, Romeu és també guionista i escriptor de literatura infantil i juvenil. Ha publicat diversos llibres de *Miguelito* i altres il·lustrats, com els de la sèrie Tristán i el *Desacostumari català*.

## LIBRO BLANCO DE LA PRENSA DIARIA

Carat, IESB, Deloitte i MediaHotline

AEDE, 2012

422 pàgines



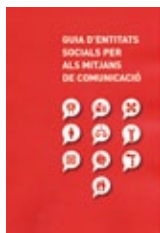
L'Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) torna a presentar-nos una nova edició d'aquest Libro Blanco de la Prensa Diaria. Creat amb el clar objectiu de presentar tots els actors que treballen, investiguen i estudien el sector de la premsa escrita, així com les tendències imperants; aquest llibre s'ha convertit, amb el pas del temps, en un instrument imprescindible per conèixer el sector. Un sector que, malgrat la crisi econòmica i el moment de reconversió del seu paper en la societat, segueix sent molt important en el món de la comunicació del nostre país, amb més de tres milions d'exemplars diaris en el mercat. Però és cert que les vendes han caigut i la publicitat ha patit un fort descens, cosa que ha portat la premsa escrita a un moment difícil. Totes aquestes dades, juntament amb l'acceleració del canvi tecnològic, posen de manifest la necessitat

de les empreses periodístiques d'aprofitar aquests canvis tecnològics per facilitar noves fórmules que permetin consumir informació a tota la societat.

---

## GUIA D'ENTITATS SOCIALS PER ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Agència de Comunicació Social, 2012  
94 pàgines



L'Agència de Comunicació Social ha editat aquesta guia amb un objectiu, el de facilitar als periodistes la recerca de fonts i la consulta d'informació sobre els àmbits i col·lectius amb què treballen les organitzacions del tercer sector social –entitats privades no lucratives dedicades a la promoció de la persona, la inclusió dels col·lectius vulnerables i la millora de la cohesió social. La guia està centrada en les entitats d'acció social membres d'ECAS (federació de les Entitats Catalanes d'Acció Social), encara que també inclou un apartat “Altres organitzacions del tercer sector social”, amb detalls de diverses entitats de primer, segon i tercer nivell. El cos principal de la Guia és el “Directori d'entitats d'acció social”, on s'especifiquen les dades de contacte i l'interlocutor amb els mitjans de comunicació.

---

## GUIA INFORMAL DE LA BARCELONA DELS ANYS 70

Josep Maria Huertas Claveria i José Martí Gómez  
Ajuntament de Barcelona i Federació  
d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona, 2012  
190 pàgines



Aquesta original guia mostra la ciutat del tardofranquisme a través de tretze passejades temàtiques amb personatges populars de l'època: Manuel de Pedrolo i els Encants de Sant Antoni, Francesc Candel i el cementiri de Montjuïc, Oriol Bohigas i l'altre modernisme, Néstor Luján i els restaurants, Francesc Pi de la Serra i els bars, Josep Maria Espinàs i els carrers de la ciutat, Estanislau Torres i els turons de Barcelona, Joan Marca i les biblioteques privades, Alexandre Cirici Pellicer i els museus, Carme Sana i les nits barcelonines, Mario Vargas Llosa i la ciutat barroca, Víctor Mora i la Barcelona dels anys 40, i Pere Calders i la ciutat durant la Guerra Civil. Aquests

reportatges, que sovint es van retallar per considerar-los massa informals, es van publicar entre el 1970 i el 1974 a *El Correo Catalán* –on van treballar junts els autors d'aquesta guia–, *Tèle/eXprés*, *Destino* i *Presència*. Huertas és autor de desenes de llibres sobre la ciutat de Barcelona i Martí és considerat per la professió un dels millors reporters d'Espanya.

---

## MENORES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Posibilidades y riesgos de la TDT y las redes sociales  
Isabel E. Lázaro González, Nora Mora Prato i  
Carmen Sorzano Volart (coord.)  
Editorial Tecnos, 2012  
211 pàgines



Experts del món de la televisió, la publicitat, les xarxes socials i el dret reflexionen en aquesta obra sobre la incidència de les noves tecnologies en la infància i els seus drets. Les noves tecnologies s'analitzen tenint en compte tota la complexitat, sense demonitzar-les, però assumint-ne els riscos que poden comportar. Les coordinadores d'aquest llibre l'han dividit en dues parts fonamentals: la televisió digital terrestre i la presència dels nens i adolescents en les xarxes socials.

---

## ÈTICA DEL PERIODISMO.

La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa  
Norbert Bilbeny  
Universitat de Barcelona, 2012  
148 pàgines



Catedràtic d'Ètica a la Universitat de Barcelona, on dirigeix el màster interuniversitari de Ciutadania i Drets Humans, Norbert Bilbeny recull i raona en aquest llibre els principis bàsics que han de guiar l'exercici d'un periodisme lliure i responsable: la veracitat, l'autonomia, l'interès públic i la justícia. D'una manera clara, es justifica l'estreta relació existent entre la professionalitat i aquestes normes ètiques fonamentals, un vincle especialment important per a una activitat que en l'actualitat s'enfronta a reptes tan grans com la digitalització, la concentració empresarial o la crisi d'identitat de la

pròpia professió. Bilbeny ha estat investigador a Berkeley, Harvard, Toronto i el CNRS de París; i també ha impartit cursos a diverses universitats de Mèxic. Conegut per múltiples assaigs sobre ètica i filosofia política, centra el treball intel·lectual en els temes d'ètica intercultural, identitat cosmopolita i societat civil mundial. A més, és col·laborador habitual a *La Vanguardia*.

---

## LA CINQUENA CARPETA

Toni Rodríguez Pujol  
La Magrana, 2012  
348 pàgines



Llicenciat en Dret i Periodisme, Toni Rodríguez ja havia publicat, entre altres, una sèrie sobre 'La vocació metropolitana de Barcelona' a *El País* –amb la qual va guanyar el Premi Ciutat de Barcelona del 1986– o *Quatre carpetes marrons* el desembre de 2009. Aquesta vegada, s'atreveix amb una altra novel·la, el protagonista de la qual és en Jordi Martínez, un jove periodista especialitzat en cultura que va ser foragitat disciplinàriament del diari on treballava i que subsisteix gràcies a petits encàrrecs d'investigació molt poc rendibles. Afortunadament, compta amb una particular història d'amor amb la Chantal, la noia francesa amb qui conviu, i amb el suport fraternal d'un germà. En una nova demostració de la capacitat innata per complicar-se la vida, en Jordi accepta a contracor una nova feina: ha de seguir el rastre d'una colla de personatges que ja coneix d'un encàrrec anterior. Uns personatges ben situats en la societat catalana actual que tenen molt a amagar.





— • LA FOTO • —

**BYE-BYE KABUL**

Poques mirades hi ha com la de Guillermo Cervera (El Ferrol, 1968). Autor de portades de *Newsweek*, actualment treballa en un documental amb Sebastian Junger i presenta a La Virreina imatges del Kabul més quotidiana i volàtil: travestis assassinats, cinemes que els talibans convertiran en mesquites o un ciutadà que estira la seva dona del burca com si fos un gos. L'exposició podrà veure's fins al 21 d'abril.

Guillermo  
Cervera

## XAVIER BATALLA

El periodista català Xavier Batalla mor a Barcelona el 13 de desembre als seixanta-quatre anys, víctima d'un càncer. Va treballar als diaris *El Correo Catalán*, *Diario de Barcelona* i *El País*. Des de 1986, va entrar a treballar a *La Vanguardia* com a corresponsal diplomàtic del mitjà fins uns mesos abans de la mort. Durant la seva trajectòria, va cobrir nombrosos esdeveniments internacionals com els conflictes del Pròxim Orient, les primeres eleccions multi partidistes a Rússia, la transició democràtica a Sud-àfrica o les eleccions als Estats Units i Canadà, entre altres fets històrics. Gran analista internacional, és autor del llibre *Afganistán, la guerra del siglo XXI* (2002), un recull de les cròniques escrites per a *La Vanguardia*. Pel llibre *Por qué Irak?* va rebre el premi Ciutat de Barcelona el 2003. També va ser president del Centre Internacional de Premsa de Barcelona. El 7 de desembre, el Col·legi de Periodistes de Catalunya li va lliurar el premi Ofici de Periodista.

## EMILI CASADEMONT

El 27 de novembre, moria a Figueres als setanta-sis anys el periodista gironí Emili Casademont i Comas víctima d'una anèmia. Professionalment, Casademont va protagonitzar després de la Guerra Civil les primeres emissions en català de Ràdio Popular de Figueres i va formar part dels equips de redacció de mitjans com *Vida Parroquial* i *Canigó*. Les cròniques sobre Dalí o sobre els famosos que visitaven la Costa Brava tingueren ressò internacional perquè es van publicar al diari *Ya* de Madrid, a la revista francesa *Depêche du Midi* i van ser recollides per les

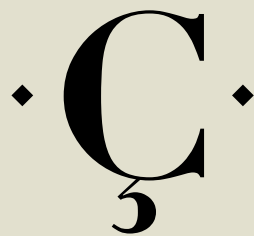
agències EFE i Europa Press. Els últims anys, les seves cròniques al *Diari de Girona* han acompanyat nombrosos gironins. Casademont era el columnista més antic d'aquest diari local.

## AGUSTÍ FANCELLI

El periodista Agustí Fancelli i Pardo va morir el passat 2 de febrer a Barcelona, víctima d'un càncer, als 55 anys. Era un professional polifacètic, llicenciat en Periodisme i musicòleg amb estudis portats que va fer a Bolonya. Des de 1996, treballava al diari *El País* del qual era redactor en cap de Cultura i Opinió a Barcelona. Besné, d'italià, mantenia molta afecció pel país dels avantpassats paterns. Fancelli escrivia també sobre política al diari. Les cròniques, titulades *Paté de campanya*, eren molt seguides en èpoques d'eleccions catalanes. Esdeveniments esportius com el Tour de France, entre altres, li despertaven interès personal i professional. El 2003, va ser guardonat amb el premi Ciutat de Barcelona i, el 2004, va rebre el Premi Napoli del Parlament Europeu.



Foto: Joan Sánchez / El País



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](mailto: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](mailto: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\\_premsa](http://www.periodistes.org/recull_premsa)



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## NOVEMBRE

### 1 de novembre

**ABSOLT EL PERIODISTA GREC KOSTAS VAXEVANIS.** Un tribunal d'Atenes ha absolt el periodista grec Kostas Vaxevanis, jutjat per haver publicat a la revista *Hot Doc* l'anomenada *llista Lagarde* en què consten els noms de 2.059 presumptes evasors fiscals en comptes bancaris en una seu del banc HSBC a Suïssa. La revista no va publicar cap tipus de dades privades, sinó els noms i la professió dels titulars dels comptes sense esmentar la quantitat de diners. Els procediments deixen clar la incapacitat de les autoritats per lluitar contra el frau fiscal, ja que les dades dels titulars dels comptes van ser lliurades la tardor del 2010 al ministre d'Economia grec per l'homòloga francesa Christine Lagarde. D'aquí el nom de la llista publicada a Atenes. Vaxevanis havia estat detingut dies enrere i sotmès a un judici exprés que podia haver-li costat dos anys de presó. L'han absolt pel fet de no haver violat dades personals.

### 5 de novembre

**PREMIS DE LA COMISSIÓ DE GABINETS.** "Els periodistes de fonts també són periodistes", assegura el degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, en l'acte de lliurament del premi de la Comissió de Gabinets que tenen lloc al Col·legi. En aquesta edició, el premi al Millor Pla de Comunicació ha estat per Transports Municipals de Barcelona (TMB) i el de Millor Estratègia per a Vueling. Durant l'acte, el degà va estar acompanyat per la presidenta de la Comissió de Gabinets, Pilar Casanova, així com per Josep Moya i Toni Rodríguez, també de la Comissió de Gabinets; Xavier Roig, periodista, assessor de comunicació i consultor estratègic de relacions institucionals; Albert Sàez, director adjunt d'*El Periòdic de Catalunya* i vicedegà de la Universitat Ramon Llull, i Cristina Ribas, presidenta de l'Associació de Ciència i Tecnologia. Abans del lliurament dels diferents premis, es va portar a terme un debat sobre "Comunicació i Ètica".



Foto: CPC

Foto del degà amb els guardonats

### 6 de novembre

**NEIX EL DIARI.E.S.** El Col·legi de Periodistes acull la presentació de la versió catalana del periòdic digital *Eldiario.es*. L'acte va a càrrec del degà, Josep Maria Martí, i compta amb la presència d'Ignacio Escolar, director del diari, i de Josep Carles Rius, director del mitjà a Catalunya. El nou mitjà és, segons el degà, "un patrimoni que acumulem els periodistes al llarg dels anys perquè la ciutadania estigui ben informada". Escolar explica que els periodistes són propietaris de l'empresa i responsables de les informacions i que s'ha posat en marxa amb pocs mitjans i molt de treball. Escolar també explica que tenen redaccions en diferents països i que estan associats amb entitats, fundacions i cooperatives. Rius considera necessari reflexionar sobre els actuals reptes i sobre com es poden generar noves possibilitats de feina per crear espais en els quals els periodistes tinguin coses a dir.

**COLITA, HONORIS CAUSA PER LA UAB.** La fotògrafa Isabel Steva, *Colita*, és investida doctora honoris causa per la Universitat Autònoma de Barcelona a proposta de la Facultat de Ciències de la Comunicació, que en destaca el valor dels treballs, alguns d'aquests de la *Gauche Divine* a Barcelona i de la *Nova Cançó*. La cerimònia té lloc a la Casa de la Convalescència de Barcelona amb la presència de Francesc Vilanova, professor del Departament d'Història Moderna i Contemporània de la UAB, que exerceix de padri de la guardonada, i del rector, Ferran Sancho.

**LA VANGUARDIA, PREMI NACIONAL DE RECERCA.** La secció de periodisme científic de *La Vanguardia* és reconeguda amb el Premi Nacional de Recerca 2012 en la categoria de Comunicació que atorga el Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat juntament amb la Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació. El premi destaca la feina del periodista Josep Corbella, responsable de la informació diària de ciència.



Foto: La Vanguardia

Corbella, responsable de la secció de Ciència.

### 7 de novembre

**EL FINANCIAL TIMES, EN VENDA.** El grup britànic Pearson posa en marxa la venda del *Financial Times* per la qual busca ingressar mil milions de dòlars. La venda podria realitzar-se abans de la marxa de Marjorie Scardino, presidenta executiva de la multinacional i contrària a la venda. Entre els potencials compradors, hi hauria milionaris russos, altres del Pròxim Orient o asiàtics i les agències d'informació econòmica Bloomberg i Reuters.

### 8 de novembre

**VAGA A TVC A L'INICI DE LA CAMPANYA ELECTORAL.** El comitè d'empresa de TVC convoca una aturada entre les 23,30 i les 01.00 hores coincidint amb l'inici de la campanya electoral del 25-N. Un comunicat del comitè explica que l'aturada té per objecte exigir a la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació (CCMA) que "garanteixi la continuïtat del model de servei públic de TVC i que mantingui tots els llocs de treball".

**FÒRUM 10 DE RÀDIO PUIG REIG.** Comencen les jornades del Fòrum 10 de Ràdio Puig Reig (Baix Berguedà) amb la conferència del periodista Jaume Barberà, director del programa *Singulars* del 33. És la 22a edició de les jornades que aborden el tema de la informació i el compromís. Altres conferenciers en dies successius són Lluís Foix i Antoni Bassas (per videoconferència des dels Estats Units).

### 10 de novembre

**DIMITeix EL DIRECTOR DE LA BBC.** George Entwistle, director general de la BBC des de feia 54 dies, dimiteix a causa de l'escàndol provocat per un reportatge sobre abusos sexuals en el programa d'investigació *News Night* en què es titllava de pedòfil Alistair McAlpine, extresorer de Margaret Thatcher. L'acusació va resultar ser falsa.



Foto: Steve Parsons/PA

Entwistle posa fi al càrrec després de 54 anys.



### 11 de novembre

TEATRE BASAT EN FETS PERIODÍSTICS. L'obra de teatre *Desaparegut sobre el Canal* obté el I Premi Jaume Salés de Teatre 2012, instituït per l'Ajuntament de Roda de Ter. L'obra tracta de la desaparició de Glenn Miller sobre el canal de la Mànega, el 15 de desembre de 1944, un autèntic misteri, ja que mai s'ha trobat el cos. El director de l'obra, el periodista Albert Suñé, defensa la versió més versemblant dels fets a través de quatre personatges que podrien haver conegut Miller i que esperen notícies sobre la desaparició. Suñé havia llegit aquesta versió dels fets a *Diario 16* anys enrere. La versió oficial del cas es va publicar al *New York Times* el 26 de desembre de 1944.



### 13 de novembre

II JORNADES DEL PERIODISME JUVENIL A TERRES DE L'EBRE. La Demarcació de Terres de l'Ebre acull les II Jornades de Periodisme Juvenil organitzades pel web del mateix nom. Amb el títol *Periodisme: el quart poder*, Amparo Moreno, presidenta de la Demarcació, fa un repàs del camí que ha portat el periodisme des de finals de la dictadura, al llarg dels anys de democràcia fins arribar als nostres dies. Moreno manifesta que "el periodisme s'ha anat tancant en haver oblidat parlar dels ciutadans i passar a parlar dels nous protagonistes, que ara són sovint les entitats públiques i privades o genèrics com, per exemple, els mercats". La presidenta conclou que les oportunitats actuals estan en les noves tecnologies si abans, però, canviem certs esquemes de pensament i que "el repte és sortir de nou al carrer" i "fer visibles les persones".



Foto: CPC

Un moment de les jornades.



### 16 de novembre

DEBAT ELECTORAL A LLEIDA. La Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes celebra a la sala de premsa de la Diputació, un debat entorn les eleccions del 25-N que compta amb la participació dels quatre candidats amb representació parlamentària i amb els periodistes dels mitjans de comunicació de Ponent que adrecen les preguntes als candidats. Setze ràdios de la província de Lleida retransmeten

el debat en directe o en diferit. També hi col·laboren altres mitjans de premsa escrita o audiovisual de la Demarcació. El debat és moderat pel president i pel vicepresident de la Demarcació, Josep Lluís Cadena i Jesús Riverola, respectivament. La situació econòmica i la independència de Catalunya són els dos temes principals del debat.



Foto: CPC

Els diferents participants en el debat electoral.



### 20 de novembre

HERMIDA, PREMI NACIONAL DE TELEVISIÓ. El Ministeri d'Educació, Cultura i Esports reconeix el periodista Jesús Hermida amb el Premi Nacional de Televisió per la trajectòria com a creador i conductor de programes televisius. Durant cinquanta-dos anys d'exercici, Hermida va treballar també en premsa i ràdio. El 1978, va exercir de director, presentador i entrevistador en programes d'àmplia difusió. Va ser fundador i primer president de l'Acadèmia de les Ciències i les Arts de Televisió.



Foto: RTVE

Hermida, guardonat per la seva trajectòria.



### 21 de novembre

LLIURAMENT DEL PREMI BONMATÍ DE PERIODISME. Té lloc a la Casa de Cultura de Girona el lliurament del 31è Premi Manuel Bonmatí de Periodisme convocat pel Rotary Club de Girona. Aquest guardó premia articles periodístics sobre Girona i ha estat instituït en record de Manuel Bonmatí i Romaguera. El guardó recau en el periodista Alfons Petit pel seu article *L'aiguat del 62* publicat el 7 d'octubre al *Diari de Girona*.



### 22 de novembre

TONY HALL DIRIGIRÀ LA BBC. El director de la BBC, Chris Patten, anuncia que Tony Hall serà nou responsable de la BBC després de la dimissió de l'anterior director general de la cadena, George Entwistle, després que la cadena acusés a un polític *tory* de suposats abusos sexuals a menors, informació que va resultar falsa. Tony Hall és actualment director general del Royal Opera House, càrrec que desenvolupa des de fa onze anys.



Foto: The Telegraph

Tony Hall substitueix George Entwistle.



### 23 de novembre

JOSEP MARIA GIRONA, DIRECTOR DE LA SER A CATALUNYA. Prisa Radio reestructura l'equip directiu i nomena Josep Maria Girona com a nou director de la SER a Catalunya i de Ràdio Barcelona. El càrrec, que fins ara Girona ocupava al capdavant de la direcció de comunicació de Prisa Ràdio i de la SER, l'ocupa Susana Sánchez, que era subdirectora d'aquest departament. D'altra banda, Javier Mérida ha estat nomenat director comercial de la cadena d'emissores.



Foto: SER

Girona, nou director de la cadena de Prisa.



ABC PUNTO RÀDIO DESAPAREIXERÀ DE LES ONES. El Consell d'Administració de Vocento inicia negociacions per llogar les llicències d'ABC Punto Ràdio a la COPE. La Conferència Episcopal assegura no haver posat objeccions de caràcter doctrinal a l'operació. Un altre acord es refereix al diaris del grup Vocento, encapçalats per *ABC*, que es convertiran en els diaris de referència a la cadena.



## 26 de novembre

TARRAGONA COMMEMORA ELS 25 ANYS DEL COL·LEGI. El Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació (CRAI) del Campus Catalunya de la Universitat Rovira i Virgili (URV) acull, del 26 de novembre al 21 de desembre de 2012, l'exposició "Periodistes. 25 anys construint Col·legi". La mostra, produïda pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, commemora el 25è aniversari de l'entitat.



Foto: CPC

La mostra a la seu de Rovira i Virgili.

TELEMADRID, 925 ACOMIADAMENTS. Els treballadors de Telemadrid convoquen aturades en conèixer l'informe que oficialitza la retallada d'un 79% de la plantilla (925 acomiadaments). El pla preveu la desaparició del segon canal, *La Otra*, i la dràstica reducció de continguts propis. Una de les aturades deixa l'emissió de la cadena en negre entre les 20 i les 22 hores.

## 27 de novembre

BERGARECHE PRESIDENT DELS EDITORS DE DIARIS. L'Assemblea General de l'Associació d'Editors de Diaris Espanyols (AEDE) escull nou president a José María Bergareche en substitució de Conrado Carnal, conseller director general del Grupo Zeta. Bergareche, de 63 anys, ha desenvolupat la carrera professional al Grup Correo. L'AEDE també ha presentat la dotzena edició del *Libre blanc de la premsa diària* en què es proposen al Govern mesures per implantar una taxa a Google.



Foto: AEDE

Bergareche, nou president de l'AEDE.

## 28 de novembre

EL ROL DELS MITJANS EN LES TRANSICIONS DEMOCRÀTIQUES. El periodista Xavier Mas de Xaxàs, membre de la Junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya, participa en el seminari organitzat per l'Institut Europeu de la Mediterrània (IEMed) i el Programa Europeu Societat Civil Euromed, sobre el rol dels mitjans en les transicions democràtiques. Aquesta trobada internacional se celebra avui i demà a la seu de l'IEMed i compta amb representants de la societat civil de catorze països euromediterranis, entre els quals hi ha membres d'ONG, entitats socio-culturals i associacions de premsa.

CURS DE VILAWEB A TERRES DE L'EBRE. La demarcació de Terres de l'Ebre acull un curs de Vilaweb sobre el futur de la televisió. Vicent Partal, director de Vilaweb, va advertir que, actualment, moltes persones no miren la televisió per la pantalla —excepte els directes— sinó a través de l'ordinador, i això porta a plantejar negocis no basats en l'obligatorietat de crear programes per a les 24 hores del dia, sinó continguts que la gent pugui triar a la carta. Aquest curs de Vilaweb s'impartirà també a la resta de les demarcacions del Col·legi.



Foto: CPC

Un moment del curs impartit per Partal.

## 29 de novembre

GIRONA LLIURA LES MOSQUES DE LA INFORMACIÓ. El Teatre del Centre Cívic Sant Narcís de Girona acull el lliurament de les Mosques de la Informació 2012 que atorga la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes. Pia Bosch, cap de l'oposició de l'Ajuntament de Girona, rep la Mosca Borda per la manca d'accessibilitat, mentre que Albert Ballesta, director dels Serveis Territorials de l'Ensenyament, obté la Mosca Grossa per haver facilitat informació als periodistes durant els incendis de l'Empordà. A més, es guardona la periodista Pepa Bouis a títol pòstum. D'altra banda, la premsa comarcal rep la Mosca del Col·legi, així com el torneig Internacional MIC, el mundial de futbol base de la Costa Brava, guardonat amb la Mosca de Sant Narcís per

la projecció que fa de les comarques gironines. En la festa es commemoren també els 25 anys del Col·legi de Periodistes de Catalunya amb l'estrena d'un vídeo que repassa la història de l'entitat en el primer quart de segle.



Foto: Joan Castro

Foto de família dels diferents guardonats.

FUSIÓ DE TVE I RÀDIO 4 A SANT CUGAT. El director de TVE, Ignacio Corrales, nomena José Juan Ruiz director adjunt del Centre de Producció de Sant Cugat que dirigeix Ana Maria Bordas. A partir d'ara Ràdio 4 i TVE, estaran centralitzades a Sant Cugat sota una única direcció. Aquesta fusió entre TVE-Catalunya i Ràdio 4, primera emissora que va parlar en català, reforça l'estructura directiva dels centres territorials de RTVE.

CERIMÒNIA DELS ONDAS AL LICEU. El Liceu acull l'entrega dels premis Ondas, organitzats per Ràdio Barcelona. El premi especial del jurat és per a Luís del Olmo i ABC Punto Radio. El de Trajectòria professional de ràdio per a *Hora 25* en el 40 aniversari, el de Millor tractament informatiu al Programa *Documentos* de RNE i el de Millor cobertura informativa per Jon Sistiaga de Canal+. En televisió, reben premis *La voz* de Teles com a millor programa d'entreteniment, *Downton Abbey* com a millor ficció estrangera, (Antena 3) i *Isabel* com a millor sèrie espanyola (TVE), entre altres. Presenta la gala la periodista Gemma Nierga.

## 30 de novembre

BERGARECHE DEIXA L'AEDE. Tan sols tres dies després d'haver assumit la presidència de l'Associació d'Editors de Diaris Espanyols, José María Bergareche expresident de Vocento, presenta la dimissió del càrrec per "motius personals". Fonts d'Unidad Editorial asseguren que Bergareche deixa la presidència de la patronal de la premsa per facilitar unes possibles negociacions de fusió entre ABC i *El Mundo*.

## DESEMBRE

### 1 de desembre

TARRAGONA DEBAT SOBRE PERIODISME EN CRISI. Més de setanta persones assisteixen a la jornada "Periodisme en crisi. Nous reptes i noves oportunitats professionals", celebrada a la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Els principals arguments per fer front a la crisi, debats a la jornada, giren al voltant de l'autoocupació, l'emprenedoria i el cooperativisme com a eines primordials per dignificar la professió. El tractament d'aquestes temàtiques, cada cop més demandades pels col·legiats, han empès el Col·legi a desenvolupar les actuals Jornades a les quals en seguiran més en el futur.



Foto: CPC

Imatge dels assistents a la jornada.

### 6 de desembre

LA JUSTÍCIA SALVA CLARÍN TEMPORALMENT. La Cámara Civil i Comercial Federal Argentina deixa en suspens per tres mesos l'article 161 de la llei de mitjans audiovisuals que obligava el grup Clarín a desprendre's de bona part de les llicències de ràdio i televisió. La mesura cautelar és vàlida fins que hi hagi sentència definitiva sobre les qüestions de fons. El Govern afirma que recorrerà la decisió davant la Cort Suprema.

### 7 de desembre

XAVIER BATALLA, PREMI OFICI DE PERIODISTA. A casa seva, i acompanyat de la família, Xavier Batalla rep el Premi Ofici de Periodista 2012, que atorga el Col·legi de Periodistes de Catalunya, un premi que suposa el reconeixement a una trajectòria. Actualment, un tumor cerebral li impedeix escriure i comunicar-se, fet pel qual la seva filla Laura llegeix en nom seu un discurs en què destaca la passió del seu pare pel periodisme i la conceptualització dels fets històrics: "Si el meu pare pogués parlar, ens diria que cal continuar avançant en la construcció europea, el projecte més transcendent del segle XX. També ens explicaria què està passant al món àrab i perquè. Si pogués parlar, se n'alegraria, de la victòria

de Barack Obama, i ens recordaria que són les idees les que mouen el món i que el que cal avui dia són noves idees".



Foto: Sergio Ruiz

Batalla va rebre el reconeixement del Col·legi.

ALCOVERRO, ORDRE DEL MÈRIT CIVIL. Tomàs Alcoverro, que està considerat el capdavanter dels periodistes espanyols a l'Orient Mitjà i corresponsal de *La Vanguardia* en aquesta zona, és condecorat amb l'Ordre del Mèrit Civil en reconeixement pels serveis prestats a l'estat espanyol. El guardó, concedit pel rei Joan Carles, el lliura l'ambaixadora al Líban, Milagros Hernando, en una cerimònia a la legació espanyola a Beirut.



Foto: La Vanguardia

Alcoverro suma un nou guardó a la seva carrera.

### 8 de desembre

EL CAPICUA ARRIBA A BARCELONA. La revista satírica *El Capicua* nascuda com a publicació gratuïta a Girona, passa a ser distribuïda a Barcelona i, posteriorment, també espera fer-ho a Tarragona. Es tracta d'una publicació de 32 pàgines amb textos punxants que es ven per 2,5 euros en paper al marge de les subscripcions econòmiques a un preu més baix. L'editor, Joan Timoneda, explica que "en una època com aquesta ens semblava necessari tenir una revista satírica amb vocació de país."

### 10 de desembre

DEBAT SOBRE LA PROTECCIÓ DELS MENORS ALS MITJANS. La Comissió de Periodisme Solidari celebra, a la seu del Col·legi, un debat per tractar el sistema de

protecció de menors en els mitjans de comunicació. Malgrat haver estat aprovades noves lleis del menor, tant a Catalunya com a Espanya, les denúncies, les sentències judicials i les protestes de familiars segueixen a l'ordre del dia. No obstant això, per tractar-se de menors, apareixen tímidament en els mitjans de comunicació. Els reunits es pregunten si som en uns moments d'informació d'aquests temes o bé de desinformació. Modera el debat el periodista Gustavo Franco. Hi intervenen Silvia Giménez Salines, advocada i exdegana del Col·legi d'Advocats de Barcelona, i Francisco Cárdenas, president de l'Associació per a la defensa del Menor.

### 11 de desembre

XAVIER BATALLA, PREMI PROTEUS. El corresponsal diplomàtic de *La Vanguardia* fins fa un any, Xavier Batalla, és guardonat amb el premi de l'editorial Proteus d'Ètica en l'apartat de Periodisme. El jurat destaca "el rigor periodístic i la llarga i reeixida trajectòria professional". També han estat premiats en aquesta edició la portaveu de la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca, Ana Colau, i el corredor de muntanya, Kilian Jornet, així com el Banc dels Aliments, La Marató de TV3 i la Fundació Social del Raval, entre altres.

EL PITJOR ANY PER ALS PERIODISTES. El Comitè per a la protecció dels Periodistes informa que, a llarg del 2012, han estat empresonats 232 periodistes en tot el món, la xifra més alta des que el Comitè va començar a elaborar la llista el 1990. Dels 232 periodistes a la presó el 2012, 49 ho són a Turquia. Segueixen l'Iran (45), la Xina (32) i Eritrea (28). D'altra banda, el balanç de Reporters sense Fronteres (RSF) assenyalava que 2012 ha estat per als periodistes el més mortífer en els darrers 17 anys. La Federació Internacional de Periodistes (FIP) denuncia que 121 periodistes i treballadors de mitjans de comunicació han estat assassinats durant aquest any. El país amb més morts ha estat Síria, on s'han documentat 35 morts.

### 12 de desembre

EL COL·LEGI I BLANQUERNA RENOVEN CONVENI DE COL·LABORACIÓ. El degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, i el de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, Josep Maria Carbonell, acorden renovar, ampliar i signar el conveni de col·laboració mútua en favor de la difusió dels respectius cursos i activitats. Mitjançant el conveni es farà difusió dels successius cursos i acti-

vitats. Ambdues institucions cediran espais i oferiran preus especials entre altres serveis.



Foto: CPC

Carbonell i Martí durant la signatura

LA UAB PREMIA FOIX, BARBERÀ I CUYÀS. Els estudiants de la Facultat de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) distingeixen amb els premis Ploma d'Or els periodistes Lluís Foix, Jaume Barberà i Manuel Cuyàs. L'acte compta amb la intervenció del degà de la facultat, Josep Maria Català, i dels periodistes Xavier Bosch, T'ian Riba i Ernest Folch, que desglossen la trajectòria dels tres guardonats. Per la seva part, els estudiants llegeixen un manifest sobre com veuen el periodisme en l'actualitat.



Foto: UAB

Foix, Cuyàs i Barberà amb els seus guardons.

TV3 TORNA A VALÈNCIA. El Tribunal Suprem deixa sense efecte el veto de la Generalitat Valenciana a les emissions de TV3. La sentència dictamina que el govern no era competent per sancionar Acció Cultural del País Valencià, propietària dels repetidors que permetien la difusió de TV3 a València i comarques. El tribunal estima els recursos d'Acció Cultural i anul·la la multa de 350.000 euros que la Generalitat va aplicar a l'ACPV. El govern acceptaria el retorn de TV3 a València sempre i quan el govern català i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals renunciïn a utilitzar la denominació País Valencià en les informacions. Morella és el primer lloc on es torna a veure TV3.

### 13 de desembre

NOVA PLAÇA PER A HUERTAS CLAVERIA AL POBLENOU. L'Ajuntament de Barcelona i el ple del districte de Sant Martí aproven donar el nom del periodista Josep Maria Huertas Claveria a una plaça del Poblenou denominada *glorieta de Can Felipa*, també popularment coneguda pels veïns com "la plaça dels indignats". En aquesta plaça es reuneix l'Assemblea social del barri. Anuncia la nova denominació de la plaça l'alcalde de la ciutat, Xavier Trias, en un homenatge a Huertas organitzat a l'auditori de la Facultat de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra per la Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona, l'ajuntament i la Comissió Ciutadana Huertas Claveria.

RETALLADES A BARCELONA TV. La reducció de pressuposts de Barcelona TV fa que la cadena realitzi ajustos per "mantenir el model de proximitat". La reducció econòmica fa que no es renovin els contractes d'Alfred Rodríguez Picó i de Carles Flavià per al 2013. Tampoc no es farà cap espai nou i s'oparà per repetir-ne alguns. Ahir s'ha retallat el pressupost dels programes que segueixen a la graella incloent-hi *Telemogel*. La reducció es deu a la menor aportació de l'Ajuntament, la rebaixa en la publicitat i la baixada de venda de programes a altres mitjans.

### 17 de desembre

KIRCHNER INTERVÉ EL GRUP CLARÍN. El govern argentí s'anticipa als recursos judicials presentats per *Clarín* i dona un pas endavant per desmantellar definitivament el grup periodístic. A primera hora del matí, es presenta Martín Sabbattella, titular de l'Autoritat Federal de Serveis de Comunicació Audiovisual, a la seu del gegant multimèdia per notificar que s'inicia la "transferència d'ofici" de les llicències de ràdio i televisió excedents i la confiscació de part del seu patrimoni segons la Llei Audiovisual impugnada per *Clarín*. L'actuació es basa en una recent sentència del jutge Horacio Alonso que declara la legalitat de la polèmica Llei Audiovisual. El mateix matí d'avui *Clarín* havia interposat un recurs d'apel·lació a la sentència.

### 18 de desembre

ACORD PEL FOMENT DE LA PREMSA A L'ESCOLA. El degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, i el director executiu de La Caixa i director general adjunt de la Fundació La Caixa, Jaume Giró, renoven l'acord comú per fomentar la lectura de la premsa

a les escoles i instituts. Aquesta és la quarta edició d'aquest projecte conjunt, que ja ha arribat a uns cinc mil estudiants des de 2009. La iniciativa manifesta la importància del coneixement de l'actualitat per a la formació integral dels ciutadans. Des de 2009, s'han realitzat tallers en 115 centres catalans de secundària impartits en bona part per periodistes en atur i hi han participat 5.000 alumnes. L'acord actual preveu que els tallers arribin a 53 escoles més.



Foto: CPC

Jaume Giró i Josep Maria Martí signaren l'acord.

PREMIS NO SEXISTES. L'Auditori de la Facultat de Comunicació Blanquerna acull el lliurament dels premis de Comunicació No Sexista de l'Associació de Dones Periodistes. S'entreguen guardons de Bones Pràctiques: a Laura Freixas per les columnes a la premsa de reconeixement a les dones; al web *Ets el que menges.cat*, dirigit per Núria Coll, pel foment del periodisme digital; al programa *Tendències* de la XAL, dirigit per Cristina Sáez, per potenciar la informació de proximitat; a Charo Nogueira i Rebeca Carranco del digital *Elpaís.es* pel tractament de la violència masclista; a la revista *Duoda* pels estudis a la UB sobre diferències sexuals i a l'equip de recerca universitària de premsa, dirigit per Amparo Moreno Sardà i Marc de Fontcuberta per ser pioneres en investigació sobre dones i mitjans. El premi a la trajectòria és per a Montserrat Minobis, primera degana del Col·legi. Els dos premis de Males Pràctiques de Comunicació No Sexista recauen en Manel Fuentes, d'*El Matí de Catalunya Ràdio*, i en Jordi Basté, director d'*El món a RAC1*, per la "manca de paritat en les tertúlies".



Foto: Marc Javierre

Foto de família dels guardonats.

### 19 de desembre

L'ANGLÈS NICK HORNBY, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN. El prestigiós periodista britànic Nick Hornby guanya la darrera edició del Premi Internacional de Periodisme Vázquez Montalbán en la categoria de periodisme esportiu convocat per la Fundació F. C. Barcelona i el Col·legi de Periodistes. El jurat ha destacat que Nick Hornby és “un magnífic periodista i escriptor, un autor que ha sabut interpretar l'esport com un dels fenòmens socials del nostre temps”.



Foto: Agències

Hornby, premiat amb el Vázquez Montalbán.

### 21 de desembre

JORDI MOLET, MÈRIT DEL PATRONAT D'ESTUDIS OSONENC. El director general d'El 9 Nou, Jordi Molet, és distingit Membre de Mèrit del Patronat d'Estudis Osonencs. En la intervenció, Molet reivindica un “periodisme més reflexiu i no tan pendent de la immediatesa”. Segons el guardonat, la premsa actual “per saber què passa, fins i tot quan encara no ha passat” és un dels problemes del periodisme del present. També assenyalava que “encara no s'han creat models de negoci periodístics prou visibles a la Xarxa”.



Foto: El 9 Nou

El periodista Jordi Molet.

PREMIAT UN PROJECTE PER A LA CAPACITACIÓ SOBRE VIOLÈNCIA. El premi del Concurs de Projectes de Cooperació i Solidaritat relacionats amb la comunicació, al qual el Col·legi de Periodistes de Catalunya destina un 0,7% del pressupost, ha estat concedit a la Plataforma virtual per a la capacitat sobre violència en els mitjans de comunicació, presentat per l'agència SEMLAC (Servicio de Noticias de la Mujer de América Latina i del Caribe). Aquesta proposta, premiada amb 5.000 €, farà possible la capacitat en línia de la professió periodística en temes que afecten greument països llatins, com la violència exercida contra els periodistes i els seus mitjans.

### 22 de desembre

MÉS DE 2.500 ALUMNES ALS CURSOS DEL CENTRE DE FORMACIÓ. El Centre de Formació i Desenvolupament del Col·legi de Periodistes de Catalunya ha assolit durant el primer any de funcionament la xifra de 2.534 participants en les més de 100 edicions de cursos celebrats. En concret, un 85% de les places han



**io** instituts odontològics



Col·legi de Periodistes de Catalunya



Condicions especials per a col·legiats/ades.



**22€**

Higiene Bucal  
Amb revisió  
gratuïta inclosa



**GRATIS**

1ª visita, revisions  
i radiografies intrabucales



**20%**

Dte. a tot tipus  
de tractaments



**18**

Finançament a 18  
mesos sense interessos



Pregunta'ns per  
la nova Ortodòncia transparent



902 119 321  
www.ioa.es | ioa@ioa.es

Segueix-nos a:



facebook.com/institutsodontologics



@Ins\_Odontologic

BARCELONA EIXAMPLE  
Diputació, 238 | 933 426 400

BARCELONA LES CORTS  
Av. Madrid, 141-145 | 934 394 500

BARCELONA SANT ANDREU  
Neopàtria, 55 | 933 601 070

Granollers | 938 793 228  
L'hospitalet de Ll. | 932 615 800  
Manresa | 938 774 597  
Mataró | 937 577 181  
Sabadell | 937 275 396

Sant Boi de Ll. | 936 613 500  
Terrassa | 937 333 368  
Vic | 938 869 400  
Vilanova i La G. | 938 105 858

BARCELONA SAGRADA FAMILIA  
Sardenya, 319 | 934 570 453

BARCELONA POBLE NOU  
Ramon Turró, 246 | 932 247 770

Badalona | 933 894 331  
Cornellà | 934 741 932

Este hombre no es un jugador de rugby.  
Es un periodista eritreo.



© Cameron Whitman / 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.

estat ocupades per col·legiats, de les quals un 63% han estat gratuïtes per a col·legiats en atur i un 15% ocupades per no-col·legiats. La valoració general dels alumnes ha estat molt positiva: un 8,4 l'organització dels cursos, un 8,3 la utilitat i un 8,3 la manera d'impartir el curs.



Foto: CPC

Un dels cursos del Centre de Formació.

## 24 de desembre

ACOMIADATS SETZE PERIODISTES D'IB3. La negociació de l'ERO als informatius de la televisió balear, IB3 acaba amb setze periodistes acomiadats amb una indemnització de trenta dies per any treballat, informa el comitè d'empresa. Els serveis informatius estan al càrrec d'una empresa subcontractada. L'empresa ja havia anunciat l'acomiadament de trenta-quatre treballadors. A canvi de rebaixar el nombre a setze comiats, l'empresa farà una retallada de sou d'un 3,5% a tots els treballadors dels informatius.

## 28 de desembre

LA PÒLISSA D'ASISA OBTÉ UN NOTABLE. Un estudi realitzat pel Col·legi de Politòlegs i Sociòlegs de Catalunya (COLPIS) recull opinions dels usuaris de l'assegurança mèdica ASISA, entre les quals hi figuren 960 periodistes col·legiats que utilitzen aquests serveis i que li atorguen un notable a l'entitat. La rapidesa, la professionalitat, l'agilitat i la facilitat per accedir a les consultes i proves mèdiques són uns dels principals aspectes positius que manifesten els usuaris que van contractar la pòlissa d'ASISA el 2011. Amb una nota mitjana de 7,7 sobre 10, valoren "molt positiva" l'experiència amb aquesta companyia asseguradora.

## GENER

### 1 de gener

RÀDIO EN CATALÀ A MALLORCA. L'Obra Cultural Balear i l'associació Voltor creen l'emissora Ona Mediterrània que funciona en proves des de final de desembre. Emet en català amb la intenció de recu-

perar la veu pròpia de Mallorca i protegir la cultura balear. La nova ràdio emet per la freqüència 98.0 de la FM, des d'on fins ara es difonia Catalunya Informació. Un dels impulsors del projecte és Francesc Ribera, *Titor*, que n'és el coordinador.

### 2 de gener

MOSTRA DE FOTOPERIODISTES GIRONINS. El Centre Cívic Creu de la Mà de Figueres acull, fins al 25 de gener, la Mostra de Fotoperiodistes Girona 2012, organitzada conjuntament per la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes, la Diputació de Girona i el Col·lectiu de Fotoperiodistes d'aquesta localitat. L'exposició compta amb la participació de vint-i-set fotògrafs, cadascun dels quals ha aportat dues imatges per difondre la seva manera de treballar: una relacionada amb un tema d'actualitat i una altra sobre el turisme com un dels motors econòmics de les comarques gironines.

### 4 de gener

POLÈMICA ENTREVISTA D'HERMIDA AL REI. El veterà periodista Jesús Hermida entrevista per a TVE el rei Joan Carles amb motiu dels setanta-cinc anys del monarca. La conversa repassa la infància, l'arribada a Espanya amb imatges moments personals de la seva vida. L'opinió general de la professió periodística sobre la conversa d'Hermida amb el rei és que no es van tractar cap dels temes polèmics que en els darrers anys han afectat greument la imatge de la monarquia.

### 9 de gener

EURONEWS COMPLEIX 20 ANYS. El canal europeu d'informació 24 hores, Euronews, compleix 20 anys de vida. Amb aquest motiu, emet una programació especial que rememora la trajectòria del canal. Euronews va ser el primer canal d'informació contínua en diversos idiomes: alemany, anglès, francès, espanyol i italià. Fa dos anys, va negociar amb TV3 per impulsar una versió en català que es va aturar per culpa de la crisi. Actualment, té 800 treballadors en nòmina, entre ells 400 periodistes de diferents nacionalitats. La seva audiència és de 6,5 milions d'espectadors diaris. Es difon en 155 països i arriba a més de 400 milions de ciutadans.

### 10 de gener

EXPOSICIÓ 25 ANYS DEL COL·LEGI A REUS. El Centre de Lectura de Reus estrena avui l'exposició "Vint-i-

cinc anys de Col·legi, vint-i-cinc anys de periodisme". La mostra consta d'una trentena de plafons, una adaptació del monogràfic publicat a la revista CAPÇALERA en l'exemplar de gener de 2012 i en què es recorre la història del Col·legi de Periodistes.

### 11 de gener

REORGANITZACIÓ A TV3. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) informa que el consell de govern ha decidit reorganitzar les delegacions i l'equip de treball d'Informatius i Esports de TV3 amb la finalitat d'estalviar prop d'1,1 milions d'euros anuals. Les mesures d'estalvi es projecten en diferents vessants. Així, es prescindirà d'algunes de les productores externes que treballen en les delegacions de Catalunya, principalment a Tarragona, Lleida i Girona. Televisió de Catalunya mantindrà la col·laboració amb les productores externes només en els territoris que no es poden cobrir amb recursos propis com les Terres de l'Ebre, el Pallars, l'Urgell, la Cerdanya, Andorra i Perpinyà. També s'adoptaran mesures de flexibilitat i s'assignarà personal dels serveis centrals de Sant Joan Despí a les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona.

### 12 de gener

L'APM PREMIA ZARZALEJOS. El periodista José Antonio Zarzalejos (Bilbao, 1954) obté el premi Rodríguez Santamaría que concedeix l'Associació de la Premsa de Madrid (APM) a tota una vida dedicada al periodisme. Zarzalejos ha estat director d'*El Correo* i *ABC*, col·laborador de *La Vanguardia*, autor de nombrosos articles en diversos mitjans i de tres llibres. L'APM l'ha premiat per la "independència de criteri per sobre de les pressions polítiques i per haver defensat els principis ètics sense oblidar una extensa formació humanística". Zarzalejos també ha rebut els premis Godó de Periodisme, Mariano de Cavia i Luca de Tena.



Foto: ABC

Zarzalejos rep el premi Rodríguez Santamaría.

## 14 de gener

**L'ALCALDE RESPON ALS PERIODISTES.** El Col·legi de Periodistes organitza la trentena edició de la tradicional trobada de l'alcalde de Barcelona amb els professionals de la informació. L'acte —que en els darrers anys té com a títol *L'alcalde respon*— té lloc a la Sala Raval del CCCB i és un èxit d'assistència tant per part de col·legiats com de mitjans de comunicació. Xavier Trias ha respost preguntes referents a la mobilitat, el medi ambient, l'economia o l'ensenyament, entre altres aspectes relacionats amb l'actualitat.



Foto: CPC

Xavier Trias durant la trobada amb la premsa.

## 15 de gener

**ANNA COMAS, NOVA COORDINADORA DE LA COMISSIÓ DE CULTURA.** La periodista Anna Comas substitueix Teresa Cendrós com a vocal de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes i com coordinadora de la Comissió de Comunicació i Cultura. Llicenciada en Periodisme, Comunicació Audiovisual i Sociologia, va iniciar la carrera periodística a *Tele/Exprés* i a l'agència Europa Press. El 1971, va ingressar a Ràdio Nacional d'Espanya i Ràdio 4, on va desenvolupar gran part de la carrera professional en l'àmbit de la política, l'economia i el món local. Més endavant, va participar en el màster sobre Polítiques Públiques i Comunicació Local de la UAB. En l'actualitat, col·labora a l'agència de notícies en línia *La Independent* i desenvolupa projectes d'investigació sobre el món de la ràdio.



Foto: CPC

Comas presideix Cultura.

**JORDI SELLAS, DIRECTOR DE PROMOCIÓ CULTURAL.** El conseller de Cultura, Ferran Mascarell, nomena Jordi Sellas, director de Promoció i Cooperació Cultural.

Sellas substitueix l'escriptor Jordi Cabré que estava en el càrrec des de feia dos anys. Sellas és publicista, expert en màrqueting fundador del Club TR3SC i director de comunicació del grup radiofònic Ona Catalana. Actualment, presenta i dirigeix el programa *Generació Digital* de Catalunya Ràdio i de Televisió de Catalunya sobre videojocs i noves tecnologies. El Consell Executiu ha aprovat el nomenament i també el de Laura Borràs com a nova directora de la Institució de les Lletres Catalanes en substitució d'Oriol Izquierdo.



Foto: TVC

Jordi Sellàs substitueix Jordi Cabré.

## 16 de gener

**DUES MIL EMISSIONS DE FUTBOL D'EN PUYAL.** La transmissió del partit Barça-Màlaga de Copa del rei des del Camp Nou coincideix amb la número dos mil de futbol en català a càrrec del periodista Joaquim Maria Puyal. La primera transmissió va tenir lloc el 1976 a Ràdio Barcelona amb el títol de *Futbol en català*. A partir de 1985, Puyal va emetre partits des de Catalunya Ràdio. Actualment, les retransmissions s'anomenen *La transmissió d'en Puyal*.

## 22 de gener

**NOU PRESIDENT D'AEDE.** L'Associació d'Editors de Diaris Espanyols (AEDE) nomena Luís Enríquez president de l'entitat. És llicenciat en Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Comillas (ICADE) i conseller delegat de Vocento. Entre 2005 i 2011 va ser membre de la junta directiva d'AEDE. En el seu full de ruta, manifesta el compromís per "capitanejar una associació útil que pugui ajudar a cada editor i al conjunt del sector".

## 24 de gener

**UNA FOTO EQUIVOCADA D'HUGO CHÁVEZ A EL PAÍS.** El diari *El País* publica una imatge que presenta a un pacient intubat en un llit hospitalari a qui erròniament es va identificar amb Hugo Chávez. La foto va ser oferta al departament de Fotografia per l'agència Gtres Online. En veure l'error, *El País* va

retirar una edició el mateix dia i l'endemà va admetre l'equivocació. Es tracta d'una imatge que provenia d'un vídeo que es trobava a YouTube des del 6 d'agost de 2008, sobre el tractament mèdic a un pacient.



Reproducció de la polèmica portada.

**ELS GITANOS I LA PREMSA, AL COL·LEGI.** "El poble gitano i la premsa" és el títol de la taula rodona organitzada per la Comissió de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes celebrada a la seu del Col·legi amb l'assistència del president d'Unión Romani, Juan de Dios Ramírez Heredia, els membres de l'entitat Sebastián Porras, Francisca Perona i Silvia Rodríguez, coordinadora de l'informe *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el Pueblo Gitano*. El volum, de 352 pàgines, analitza 3.000 notícies sobre la comunitat gitana publicades en 247 mitjans durant el 2011 a la premsa espanyola i en tres programes de televisió. La Comissió de Periodisme Solidari també va presentar el llibre *Corresponsals de les migracions. La cobertura informativa d'un fet global*, de Jean-Paul Marthoz, periodista i activista dels drets humans.

**PREMI PER A LA INVESTIGACIÓ DEL CAS ÓSCAR.** Els periodistes Antonio Baquero, Michele Catanzaro i Àngela Biesot guanyen el premi Internacional de Periodisme rei d'Espanya per la investigació del cas d'Óscar Sánchez, el rentacotxes de Montgat injustament empresonat a Itàlia per presumpte tràfic de drogues en haver sofert una suplantació d'identitat. Un minuciós treball d'investigació va fer rectificar els errors policials i judicials. L'error havia conduït l'afectat a viure 626 dies a la presó. Es va reobrir el cas i, finalment, Sánchez va ser exculpat per la justícia italiana i va quedar lliure el 21 de març de 2012.

## 25 de gener

**JORDI ÉVOLE, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN.** El periodista Jordi Évole, director i presentador del programa de La Sexta *Salvados*, és el guanyador del IX Premi Internacional de Periodisme Manuel Vázquez Mon-



talbán en la categoria de Periodisme generalista. El jurat ha atorgat, per unanimitat, aquest reconeixement “pel treball de renovació dels gèneres periodístics, l’aproximació sense complexos a la realitat de la crisi, i l’establiment d’una agenda informativa pròpia i socialment necessària”. El premi Vázquez Montalbán el convoca el Col·legi de Periodistes de Catalunya, que forma part del jurat juntament amb el Grup Planeta, Random House Mondadori, i els diaris *El Periódico de Catalunya* i *El País*.



Foto: Sergio Ruiz

Évole obté el Vázquez Montalbán.

### 26 de gener

GUANYADORS DEL PICA D'ESTATS. El jurat del 24è Premi Turístic Internacional Pica d'Estats de Premsa, Ràdio, Televisió i Internet fa públics els diferents guanyadors de l'edició d'enguany. *El Periódico de Catalunya* rep un premi per un conjunt de cinc reportatges del periodista Joan Portell que portaven per títol “Idees”. També han estat premiats amb el Pica d'Estats el reportatge “Travel de The New York Times” que tractava sobre el Pirineu, la revista *Descobrir Catalunya*, *De viajes* de comràdio i “Som Garrigues”, un reportatge de TV3 sobre el recentment mort meteoròleg Toni Nadal. D'altra banda, en l'àmbit d'Internet, es premia una proposta per recórrer la Vall d'Aran en bicicleta d'Evasion Youtube. El concurs destina 5.000 euros a cadascuna de les modalitats.

### 29 de gener

CONFERÈNCIA ANUAL DE L'ALCALDE DE TARRAGONA. L'alcalde de Tarragona, Josep Fèlix Ballesteros, inaugura el cicle anual de conferències d'alcaldes

que cada principi d'any organitza la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Sota el títol “Treballant un horitzó per a Tarragona”, Ballesteros es refereix en la seva intervenció a la futura Vila Mediterrània així com a altres projectes de futur que estan previstos per la ciutat amb motiu de la celebració dels Jocs del Mediterrani que han de tenir lloc el 2017. Aquest cicle de conferències continuarà amb les intervencions dels alcaldes de Cambrils, Reus i Valls.



Foto: cnc

Ballesteros durant la seva intervenció.

**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](http://www.clinicamirave.es) | Busca'ns al Facebook @clinicamirave

Servei d'Urgències | 24 hores/365 dies l'any



YA TE LO DIJE, CHAVAL: ¡EL NUESTRO ES UN PERIÓDICO  
COMPROMETIDO! Y POR ESO PUBLICAMOS TUS REPORTAJES DE  
DENUNCIA SOBRE EL PARO, EL EMPLEO ESCLAVISTA, LA  
EXPLOTACIÓN LABORAL, LOS CONTRATOS BASURA, LA FALTA DE  
PERSPECTIVAS DE LOS JÓVENES... ¡BRAVO, CAMPEÓN!  
SIGUE ASÍ Y, CON UN POCO DE SUERTE,  
DENTRO DE UN AÑO EMPEZAMOS A  
PAGARTE Y TODO...



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](http://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