

◆ CAPÇALERA ◆

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Setembre 2013 · Núm. 161 · 4 €



EN HORES BAIXES

El periodisme científic afronta reptes professionals i laborals en plena crisi



LES ORGANITZACIONS TENEN
EN EL CONEIXEMENT
EL SEU AVANTATGE COMPETITIU;
QUI EL SÀPIGA GESTIONAR
LIDERARÀ EL FUTUR.

MÀSTER UNIVERSITARI (INICI MARÇ 2014)

GESTIÓ ESTRATÈGICA DE LA INFORMACIÓ I EL CONEIXEMENT A LES ORGANITZACIONS

FORMACIÓ DE POSTGRAU (INICI OCTUBRE 2013):

- MÀSTER PERIODISME DIGITAL I DIRECCIÓ DE PROJECTES DE COMUNICACIÓ DIGITAL UOC - EL PERIÓDICO - LAVINIA
- MÀSTER PUBLICITAT DIGITAL UOC-DOUBLEYOU-MINDSHARE
- MÀSTER ENTRETENIMENT TV3-UOC
- POSTGRAU PERIODISME MULTIMÈDIA UOC-ACN
- POSTGRAU IMPLEMENTACIÓ DE PROJECTES DE GESTIÓ DE DOCUMENTS ELECTRÒNICS (EDRMS)
- POSTGRAU MESURAMENT I AVALUACIÓ DE LA COMUNICACIÓ UOC-ACCESO
- POSTGRAU XARXES SOCIALS I INTERCANVI DE CONEIXEMENT
- POSTGRAU INNOVACIÓ EN CREACIÓ DE CONTINGUTS AUDIOVISUALS
- POSTGRAU DISTRIBUCIÓ AUDIOVISUAL: VOD I NOUS MODELS DE NEGOCIS UOC-FILMIN
- POSTGRAU TENDÈNCIES DE DISSENY I CREACIÓ AUDIOVISUAL
- POSTGRAU CONTENT CURATOR: CREAT VALOR DE LA INFORMACIÓ A LA XARXA
- ESPECIALITZACIÓ COMMUNITY MANAGER
- ESPECIALITZACIÓ DOCUMENTALISTA AUDIOVISUAL I FILM RESEARCHER
- ESPECIALITZACIÓ COMUNICACIÓ INTERGRUPAL I INTERCULTURAL

Matrícula oberta!

Consulta tota l'oferta formativa dels estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació a www.uoc.edu



**INSTITUT
INTERNACIONAL
DE POSTGRAU**

05

CARTA DEL DEGÀ

EL DRET A UNA INFORMACIÓ DE QUALITAT

TEXT Josep Maria Martí

06

CRÒNICA

LA NOSTRA PART DE CULPA

TEXT Marta Arbós
FOTO Jordi Salinas

10

REPORTATGE

POCS I AMB PRESSES

TEXT Nereida Carrillo

14

REPORTATGE

TRANSGRESSOR, TENDRE, LLIURE

TEXT Pepe Baeza
FOTO Oriol Maspons

20

REPORTATGE

MÉS PRECARIETAT, MENYS ÈTICA?

TEXT Laura Fanals
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

24

ENTREVISTA

FERRAN MONEGAL

TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergio Ruiz

28

REPORTATGE

DOCUMENTALS INTERACTIUS

TEXT Laura Saula
FOTO Vicente Pruna

32

REPORTATGE

QUAN LES MARQUES FAN NOTÍCIES

TEXT Albert Lladó Romero
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

36

REPORTATGE

RADIOGRAFIA A L'HUMOR GRÀFIC

TEXT Eudald Coll
FOTOS Dani Codina

40

DOSSIER

POSEU PERIODISTES CIENTÍFICS A LES REDACCIONS

TEXT Mònica L. Ferrado
FOTOS DOSSIER Sergio Ruiz

46

DOSSIER

EN HORES BAIXES

TEXT Joaquim Elcacho

50

DOSSIER

NOUS MODELS A L'ALÇA

TEXT Cristina Ribas

54

DOSSIER

FUNÀMBULS SOBRE LA CORDA FLUIXA

TEXT Maria Hornos

58

DOSSIER

IL·LUSTRANT LA CIÈNCIA

TEXT Clara de Cominges
FOTO Albert Masó

62

REPORTATGE

TRENCANT BARRERES

TEXT Clara Sánchez/
Marc Mayola
FOTO Jordi Salinas

DOSSIER
PERIODISME CIENTÍFIC

66

REPORTATGE

DEL DISCURS DE COMPANYS A CORRESPONSAL FRANQUISTA

TEXT Joaquim Elcacho

72

PERIODISME AL MÓN

LA GUERRA DE LA INFORMACIÓ

TEXT I FOTOS Mònica Bernabé

80

WEBS / LA XARXA

Àlex Barnet

82

LLIBRES

Elena Serrano

84

LA FOTO

Doug Menuez

86

OBITUARIS

88

DIA A DIA

Sara Masó

98

COM ENS VEU...

Franchu

Ç

REVISTA CAPÇALERA

Núm. 161

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 Teixeiro

DIRECCIÓ D'ART Creative Affairs

SECRETÀRIA Alicia Llamazares

PUBLICITAT Gilles Laurent

FOTO PORTADA Albert Masó

REDACCIÓ

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Rambla de Catalunya, 10, principal
08007 Barcelona

T 93 317 19 20 F 93 317 83 86

comunicacio@periodistes.org

www.periodistes.org

DEMARCACIONS

Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,
T 973 240 044

Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,
T 973 240 044

August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,
T 977 441 537

Plaça Ramon Cabrera, 7, 1r · 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

EL DRET A UNA INFORMACIÓ DE QUALITAT



Benvolguts col·legiats i col·legiades. Després del parèntesi estiuenç, que ha servit al Col·legi entre altres coses per remodelar la sala d'actes, reprenem el curs amb forces renovades per encarar aquest final d'any amb les màximes garanties.

La conjuntura ens obliga com a Col·legi a vetllar per assegurar el futur de la professió, alhora que defensem el dret de la ciutadania a rebre una informació de qualitat. Malgrat la crisi, i precisament per sortir-ne enfortits, treballem perquè els periodistes puguin seguir construint un relat responsable i honest sobre el dia a dia de la societat a la qual serveixen. Si es degrada la feina, es degrada la manera com la societat es veu i s'explica a si mateixa. En aquest número de CAPÇALERA, precisament, s'analitza com la precarietat en els freelance pot arribar a afectar fins i tot els aspectes deontològics i les garanties més fonamentals.



Foto: Oriol Clavera

Com a col·lectiu professional, estem molt atents als canvis als mitjans públics. Com en l'entorn europeu, les administracions públiques no poden renunciar a una informació de qualitat des de mitjans propis de ràdio i televisió, respectant la independència i professionalitat dels periodistes, el seu actiu més valuós. Abaixar el llistó d'exigència i llibertat, i en-

"ABAIXAR EL LLISTÓ D'EXIGÈNCIA I LLIBERTAT SERIA PERILLÓS PER A L'ECOSISTEMA INFORMATIU I, EN EL TERRENY LINGÜÍSTIC, SUPOSARIA UN COP DUR"

cara més abaixar la persiana o la seva presència, seria perillós per a tot l'ecosistema informatiu i, en el terreny lingüístic, suposaria un cop dur en el lent camí de la consolidació del català com a llengua comuna.

Des del Col·legi de Periodistes, hem alertat en nombroses ocasions que travessem per una etapa d'afebliment dels mitjans públics que pot tenir conseqüències irreparables i efectes col·laterals prou importants. Un impacte negatiu que pot agreujar-se

si culminen les mesures que s'anuncien perquè reblarà el clau en el desmantellament lent, encara que progressiu, del sistema audiovisual català. Han estat moltes les iniciatives en les quals ens hem implicat, com la que vam presentar el juliol per alertar de les conseqüències de l'ERO presentat per la CCMA, que va comptar amb el suport de tots els exdegans i del Col·legi de l'Audiovisual. En alguns casos, potser no han estat massa vistoses perquè la prudència així ho exigia, i sempre apostant pel diàleg com a via per reivindicar la funció social i democràtica d'aquests mitjans.

En cap cas ens hem refugiat en el silenci, com sí que s'ha evidenciat des d'altres sectors, i hem impulsat taules sectorials que treballen per garantir, impulsar i potenciar el sector. Un indicador més que la mirada del Col·legi continua posada en el futur. En aquest sentit, aviat començarem un nou cicle de conferències per analitzar la situació que travessa el periodisme i les perspectives del nostre ofici. I, en aquest número, també trobareu interessants nous nínxols d'ocupació

com el *brandjournalism*, periodisme finançat per a grans marques comercials, o noves tendències com el *digital documentary storytelling*.

També analitzem en profunditat el periodisme científic, coneixem la feina que fan des de Sordpress per als periodistes sords o recuperem la figura de Josep Maria Massip, un periodista que va viure la República, la Guerra Civil i l'exili. Esperem i desitgem que el contingut satisfaci les vostres expectatives i que, entre tots i totes, construïm i garantim el futur del periodisme.

Ben cordialment,

J. M. Martí

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

LA NOSTRA PART DE CULPA

Jordi Évole i Nick Hornby reflexionen sobre el periodisme
durant el lliurament dels premis Vázquez Montalbán

L'acte d'entrega dels premis Vázquez Montalbán es converteixen cada any en una reivindicació del periodisme de qualitat. Enguany, no ha estat l'excepció i els guardonats –Jordi Évole i Nick Hornby–, no van deixar passar l'ocasió per recordar la importància de les veus crítiques en la professió.

TEXT MARTA ARBÓS
FOTO JORDI SALINAS



D'esquerra a dreta, Sandro Rosell, Nick Hornby, Ferran Mascarell, Jordi Évole amb el seu fill i Josep Maria Martí en l'acte del lliurament dels guardons.

Els periodistes Jordi Évole i Nick Hornby van exercir de veu de la consciència d'una professió que es troba immersa en una de les pitjors crisis que recorda. L'acte de lliurament dels premis Vázquez Montalbán —que enguany arriba a una nova edició en les categories de periodisme generalista i esportiu— va servir, un cop més, no tan sols per guardonar professionals que exerceixen un periodisme de qualitat, sinó també per reflexionar sobre l'estat de la professió.

L'acte va tenir lloc al Palau de la Generalitat i va comptar amb la presència del degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, del Conseller de Cultura, Ferran Mascarell, i del president del F. C. Barcelona, Sandro Rosell. El premi, que convoca el Col·legi de Periodistes —que forma part del jurat juntament amb el Grup Planeta, Random House Mondadori i els diaris *El Periódico de Catalunya* i *El País*— es va crear el 2004, un any després de la mort de Vázquez Montalbán, amb la voluntat de recordar-ne la figura i l'obra.

El primer dels parlaments va ser el de Josep Maria Martí, que va recordar que Vázquez Montalbán “va renovar la manera de fer periodisme, la manera d'explicar històries i de fer avançar la professió” i va assegurar que el guardó té l'objectiu de transmetre una sèrie de valors que ell simbolitzava: el rigor, l'ètica, el compromís social i l'autocrítica. “El periodisme —va prosseguir— no viu els millors moments, perquè la crisi econòmica i el canvi de paradigma tecnològic posen la professió en unes circumstàncies més difícils que mai. Però sense periodisme no hi ha democràcia i el periodisme que avui premiem, el que s'acosta a la gent, el que treballa sense fer trampes, és el que s'ha de reconèixer”.

Després de Martí, va parlar Sandro Rosell, que va referir-se a les similituds de Nick Hornby amb Vázquez Montalbán. “Com en Manolo, també expliques l'esport des d'un punt de vista diferent, una visió diferent al que s'entén avui en dia com a periodisme esportiu”, va dir. “Molta gent de la

cultura interpreta el periodisme esportiu com una derivada, com un periodisme secundari. Jo hi estic en contra, els periodistes esportius tenen molt mèrit”, va assenyalar el president blaugrana, que va acabar amb una cita de Santiago Seguro —guardonat en l'edició anterior— segons la qual la lectura de *Fever Pitch* —llibre escrit per Hornby el 1992— canvia “la manera d'interpretar i pensar el futbol i l'esport”.

BOMBOLLA PRÒPIA

Jordi Évole va ser el primer a recollir el guardó. Segons l'acta del jurat, el premi és “pel treball en la renovació dels gèneres periodístics, l'aproximació sense complexos a una realitat, la de la crisi, i l'establiment d'una agenda informativa pròpia i socialment necessària”. Évole (Cornellà, 1974) ha treballat a ràdio, premsa i televisió. Des de l'any 2008, dirigeix i presenta *Salvados* a La Sexta, és articulista en diferents diaris i ha estat guardonat amb diversos premis, entre aquests dos Ondas.

Évole va començar el parlament llegint un text que denunciava la persecució dels castellanoparlants per part de “la odiosa, rica e insaciable Catalunya, genocida lingüística i acaparadora”. “Això, que es podria haver escrit fa quinze dies a qualsevol diari del nostre país, va escriure-ho Manuel Vázquez Montalbán, el 1996, al llibre *Un polaco en la corte del rey Juan Carlos*”, va revelar. “No sé si Vázquez Montalbán

"ARA LLANÇEM LES CULPES ALS POLÍTICS, PERÒ NOSALTRES TAMBÉ VAM DECIDIR MIRAR CAP A UN ALTRE COSTAT" JORDI ÉVOLE

era un visionari o és que aquest país viu instal·lat en polèmiques que són molt més polítiques i mediàtiques que no pas reals”, va afirmar.

“M'agradaria molt saber què pensaria Vázquez Montalbán del que està passant en aquest país; dels desnonaments, de la crisi,

de les retallades, de Rodrigo Rato, de Miguel Blesa, de Fèlix Millet o de Neymar! (...) M'agradaria saber també què opina del nostre gremi, del periodisme, perquè crec que ens els últims anys no hem estat gaire fins. I jo el primer”, va assegurar. “Durant els anys de bonança, de les vaques grasses, —va prosseguir— nosaltres també vam voler participar de la festa. La majoria no vam saber, o el que és pitjor, no vam voler veure el que estava passant. I ara, des del nostre púlpit, llancem les culpes als polítics, però nosaltres també vam decidir mirar cap a un altre costat”.

“En aquest país ple de bombolles, com la immobiliària o la futbolística, el periodisme també ha viscut la seva pròpia bombolla. Hem estat més preocupats per fer programes o per escriure articles, pensant en altres periodistes o en el poder polític més que no pas en l'espectador, el lector o l'oient. Com diu el periodista José Luis Sastre, ‘moltes vegades no té res a veure el món real amb el món dels periodistes. Hem creat mons mediàtics que es retroalimenten amb mons polítics. No és que siguin mentida aquests mons, ara bé, no es corresponen amb els mons que preocupen el ciutadà’.

Per exemplificar aquesta bombolla allunyada de la realitat, Évole va explicar com el seu pare —a qui va dedicar el guardó— va intuir el resultat de les eleccions autonòmiques molt millor que ell, que feia cas dels diaris, enquestes i tertúlies. I això ho

explica pel fet que els periodistes no van fer com el seu progenitor: “baixar al carrer i parar l'orella”.

“Moltes vegades no més vivim pendents

de la declaració del polític de torn, de la contradicció de l'altre, del que un i altre es diuen a Twitter... I això no és periodisme. Hem estat massa a prop del poder. I com més a prop del poder som, més ens allunyem del ciutadà”, va alertar. També va recordar la funció de control dels poderosos i va convidar als periodistes a marxar



GRÀCIES, MANOLO

Si el periodisme encara és un ofici, se suposa que hem de cuidar especialment els artesans i, en la seva absència, l'obra publicada. No es tracta pas de renegar sempre de la cultura de la instantaneïtat ni de la transformació que viu el negoci, per més ràbia que ens faci, n'hi ha prou a fer-ho de tant en tant. El que no hem de deixar de fer en aquests temps de trasbals és perseverar en la recuperació de la memòria i evocar el mestratge d'aquella gent que, precisament, o bé va ser revolucionària en un moment donat o que encara és capaç de liderar una redacció com a taller de formació.

Jo em pregunto tot sovint què hagués estat de nosaltres sense una figura com la de Manolo Vázquez Montalbán. A partir del bon gust i d'excel·lents textos, molts ens hem pogut guanyar la vida amb el futbol i la gastronomia, dues temàtiques que, en aquells temps no puntuaven pas massa per a un escriptor i periodista comunista com era el seu cas. Per això està bé que cada any el recordem almenys un dia: en què recuperem el seu discurs i alhora premiem qui el segueix amb especial devoció i aplicació.

Res millor per fer front a les jubilacions anticipades, a la deshumanització i a la despersonalització del periodisme que glorificar aquells que van dignificar l'ofici en l'adversitat i van convertir la supervivència en un mestratge en lloc de ploriquejar. Gràcies, Manolo.

Ramon Besa i Camprubí, periodista



Sobre aquestes línies, els dos guardonats al costat d'Anna Sallés, vídua de Vázquez Montalbán.

de les rodes de premsa en què els polítics parlin des d'una pantalla de plasma sense respondre preguntes.

Évole tampoc no va estalviar crítiques als propietaris dels grans grups mediàtics que tan sols estan interessats pels beneficis econòmics i va prevenir dels poders que tenen els bancs dins els mitjans de comunicació degut als crèdits que els refinancen.

"TINC LA SENSACIÓ QUE COM A PERIODISTES ESTEM PERDENT LA POR, PERQUÈ CADA COP TENIM MENYS A PERDRE" JORDI ÉVOLE

"Tot això coincideix amb un dels moments en què més es pot gaudir fent periodisme. Perquè poques vegades hem tingut una societat amb tantes ganes de saber com aquesta. I no tinc clar si els grans mitjans estan aprofitant l'ocasió per estar a l'alçada de les circumstàncies", va admetre. "El que és clar —va prosseguir— és que ser periodista ja no és una professió còmoda. És un dels sectors que més ha patit la crisi. De tot això, en podem fer

moltes lectures negatives, però jo en faré una de positiva: tinc la sensació que com a periodistes estem perdent la por, perquè cada cop tenim menys a perdre".

PANORAMES DIFERENTS

Tot seguit, Nick Hornby va recollir el guardó en l'apartat de periodisme esportiu. Segons l'acta del jurat, Hornby va obtenir-lo per ser "un magnífic periodista i escriptor, un

autor que, com va fer el mateix Manuel Vázquez Montalbán, ha sabut interpretar l'esport, un dels grans fenòmens socials

del nostre temps, amb grandesa, estil i creativitat".

Hornby (Redhill, 1957) va iniciar-se en el periodisme treballant en diaris de prestigi com el *Sunday Times* i *The Independent*. A més, és autor de diferents llibres. El més conegut és *Fever Pitch* (traduït a Espanya com *Fiebre en las gradas*), que amb el pas dels anys s'ha convertit en tota una referència en la literatura esportiva.

NOU CICLE DE CONFERÈNCIES

Igual que ocorre amb el Premi Internacional Manuel Vázquez Montalbán, que guardona referents de la professió, l'any passat el Col·legi de Periodistes va organitzar, conjuntament amb l'Obra Social de "La Caixa", el cicle de conferències "Futur", que va comptar amb la participació de periodistes de renom. Arran de la bona acceptació del cicle, s'ha decidit reeditar-lo amb la clara voluntat de prendre el pols a la situació actual del periodisme i oferir a la professió i a la societat les diferents propostes de futur. En aquesta segona edició, està previst apostar per conferències amb més d'un ponent per poder oferir, així, diferents punts de vista sobre una mateixa realitat que donin peu a un diàleg constructiu. Tant els temes a tractar com els ponents es donaran a conèixer a partir de setembre.

"No conec cap altre premi al món que sigui concedit pels clubs de futbol als escriptors" va dir Hornby a l'inici de la seva intervenció. El periodista també va advertir que "mai no hi ha hagut una època més important ni un moment més adient, perquè el futbol reconegui que la reflexió seriosa i profunda sobre l'esport és molt important si vol conservar la credibilitat i la integritat".

Hornby també va aprofitar per alertar de l'actual negoci que s'ha creat entorn al futbol: "Fa trenta o quaranta anys, el futbol no era un negoci, tal com l'entendem avui en dia. A la gent li encantava tant com ara i havies d'anar a l'estadi per veure'l. Només s'emetien per la televisió un o dos partits a l'any i quan els jugadors es jubilaven sabien que haurien de trobar un altre tipus de feina, perquè els diners guanyats no durarien quaranta o cinquan-

ta anys més. Fins i tot és possible que els periodistes i escriptors més importants del món guanyessin tant, o fins i tot més, que els millors jugadors de futbol".

Però, segons Hornby, el panorama actual és ben diferent: "L'any passat Wayne Rooney va guanyar més en dues setmanes que l'editor del *Times* en tot un any".

"CADA ÀREA DE LA VIDA NECESSITA DE GENT DISPOSADA A SORTIR PER REFLEXIONAR I INTENTAR PARLAR SOBRE EL QUE SIGNIFICA" NICK HORNBY

GUARDONATS DE PRESTIGI

A punt de complir una dècada de vida, el Premi Internacional Manuel Vázquez Montalbán ha guardonat, en les nou edicions, un nombre important de premiats, tots ells referents de la professió. Són els següents:

PERIODISME POLÍTIC I CULTURAL

Maruja Torres i Anna Politkovskaia (2004)

Josep Pernaut (2005)

Tomàs Alcoverro i Teresa Pàmies (2006)

Seymour Hersh (2007)

Roberto Saviano (2008)

Luz Sosa (2009)

Juan José Millás (2010)

Fran Llorente i Rosa Marqueta (2011)

Jordi Évole (2012)

PERIODISME ESPORTIU

Patrick Mignon (2004)

Joaquim Maria Puyal (2005)

Juan Villoro (2006)

Simon Kuper (2007)

Candido Cannavò (2008)

Ramon Besa (2009)

Eduardo Galeano (2010)

Santiago Seguro (2011)

Nick Hornby (2012)

I és que, segons aquest periodista, "els diaris s'enfronten a molts problemes i és possible que en pocs anys deixin d'existir, mentre que els diners entren i surten del futbol cada cop més. En l'època digital, on tot és lliure i gratuït, l'esport és una de les poques coses que la gent encara està disposada a pagar".

Finalment, Hornby va advertir que "són èpoques perilloses per a l'esport", ja que els clubs no necessiten persones crítiques com ell

mateix. "Ara, l'esport pot viure sense persones com jo. No obstant això, cada àrea de la vida —la política, la cultura o el futbol— necessita de gent disposada a reflexionar, a intentar parlar sobre el que significa i cap a on es dirigeix. A això és al que els escriptors dediquen les seves vides", va concloure Hornby per, finalment, agrair al Barça que amb el lliurament del premi demostrés que accepta les crítiques externes.

LA MEMÒRIA DELS POBLES

El darrer dels parlaments va ser el del conseller Ferran Mascarell, que va referir-se a alguns aspectes de les intervencions d'Évole i Hornby, tot i que també va recordar la figura de Vázquez Montalbán, a qui va definir com "un filòsof que a més a més era capaç de ser poeta i escriptor". També va dir que era "un gran estudiós de la condició humana" i, per acabar, va destacar-ne "el compromís amb la llibertat i la justícia", "la capacitat de vindicar sempre una Catalunya oberta, mestissa, profundament democràtica i profundament cosmopolita" i el fet que fos "un referent per al periodisme de qualitat del nostre país". I, en aquest sentit, va apel·lar als beneficis que implica el record dels referents en les societats. "Els pobles que saben mantenir vius en la memòria els grans homes i dones del país són societats que manifesten la predisposició a mirar endavant. Si no és així, vol dir que estan aturats". Ç

POCS I AMB PRESSES

Les xarxes socials alimenten les falses notícies,
però també es converteixen en eines per contrastar
la informació

TEXT NEREIDA CARRILLO



Alguns errors de verificació als mitjans evidencien com la precarietat i les presses minven la qualitat periodística. En uns temps en què contrastar és més difícil i tanmateix més necessari, les habilitats digitals i la comunitat poden ajudar els periodistes a estirar el fil dels rumors per veure si al final del cabdell, hi ha o no notícia.

“Aquest és l’error central de la història. Crèiem tenir verificada una fotografia que no havíem verificat”. El director d’*El País*, Javier Moreno, reconeixia així l’error de la capçalera del grup Prisa quan, al gener passat, va publicar una foto de l’expresident Hugo Chávez que va resultar falsa. Si bé ha estat una de les píffies més sonades, n’hi ha hagut altres. En 2011, Associated Press va distribuir una imatge del suposat cadàver de Bin Laden que era un muntatge. I, un any abans, l’agència EFE va difondre una instantània de nens ferits a Gaza el 2006 com si fos de víctimes sahrauís. En tots dos casos i en alguns altres, els mitjans van caure en el parany. Tot i que aquest tipus d’errors no són generalitzats, el degoteig de casos alimenta el debat sobre les causes i els antidòts, sobre si estem estirant prou bé el fil dels rumors per desfer el garbuix de la informació.

Per què de vegades no la verifiquem prou? La presidenta del Consell de la Informació de Catalunya (CIC), Llúcia Oliva, i la periodista especialitzada en Internet Sílvia Cobo coincideixen a assenyalar el neguit per la immediatesa, la precarietat

de les redaccions i la mercantilització de la informació com algunes causes. “Hi ha qui pensa que la informació és més un producte que un dret de la gent i no té tanta cura per verificar”, critica Oliva. La presidenta del CIC afegeix que els acomiadaments de periodistes –més de 10.000 des del 2008, segons la Federació d’Associacions de Periodistes d’Espanya (FAPE)– està afectant la qualitat dels continguts periodístics i fan que la informació tingui menys controls abans de ser difosa. Per la seva part, Cobo fa èmfasi en la deixadesa periodística en alguns casos: “Sembla que el periodisme de declaracions ens treu la

EL NEGUIT PER LA IMMEDIATESA, LA PRECARIETAT DE LES REDACCIONS I LA MERCANTILITZACIÓ DE LA INFORMACIÓ, CAUSES DELS ERRORS

responsabilitat de verificar”. Lamenta que “l’obsessió pel trànsit” en algunes versions digitals de grans capçaleres estigui provocant que es traspassin “les línies vermelles” de contrastar. I aposta per formar més els periodistes en habilitats digitals.

RUTINES PER VERIFICAR

En algunes redaccions, ja han après i apliquen tècniques per estirar el fil de la xarxa. “Les noves rutines estan apareixent a base de bufetades”, reconeix Vicent Partal, director de Vilaweb, qui explica que a la redacció d’aquest portal entren Whatsapp i Twitter per tal de contrastar. “Intentem saber qui és qui a Twitter, demanem ajuda a través d’aquesta xarxa social... Tot ve d’un error”, assegura. Partal es refereix al fet que Vilaweb va informar el març de 2012 que s’havia mort Fidel Castro perquè van donar credibilitat a una piulada d’un compte de Twitter del comissari europeu d’Afers Econòmics, Olli Rehn, que va resultar ser fals. “Assumesc la meua responsabilitat en aquest fet. Hauria d’haver estat més previngut i desconfiat”, escrivia el director de Vilaweb en una nota de disculpa.

En el cas de la foto falsa de Chávez, *El País* també va demanar perdó als lectors i el seu director prometia un “debat al diari

sobre la necessitat de reforçar les estructures de consulta i presa de decisions”. En l’atemptat de la marató de Boston, Associated Press i la CNN, entre altres, van informar que la policia havia detingut un sospitós quan no era veritat. L’agència de notícies va difondre després entre els treballadors una memòria de tots els errors comesos en aquella cobertura i entre els quals assenyalava que no s’havien rectificat prou ràpid informacions falses.

Tot i que normalment es fa, encara hi ha reticències per part dels mitjans a l’hora

ENCARA HI HA RETICÈNCIES PER PART DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ A L’HORA DE RECTIFICAR INFORMACIONS FALSES

de rectificar. Segons un estudi de les reclamacions rebudes pel CIC entre el 1997 i el 2011, en un 88% dels casos de queixes per errors, els mitjans no van reconèixer que s’havien equivocat. “Als mitjans, els costa rectificar en el mateix lloc i en la mateixa proporció que han dit la cosa equivocada”, explica Llúcia Oliva, qui valora la rectificació com “una mostra de confiança”. Així ho entén el director de Vilaweb, qui creu que s’ha d’explicar el procés que indueix a l’error: “Els lectors s’emprenen

més o menys, depenent del tema, però en general ho entenen”, assegura Partal.

MENTIDERS 2.0

El director de Vilaweb explica que van incórrer en l’error sobre la mort de Castro perquè els gestors del compte fals d’Olli Rehn “van bastir-lo d’un entorn de credibilitat durant un mes i mig”. Parany com aquest, n’hi ha molts. I també personatges que busquen ressò a través de la mentida a Internet. Un d’ells és Tomasso Debenedetti, qui a principi del 2012 va suplantar cinc ministres del govern de Rajoy a Twitter i va induir un periodista de *The Guardian* a pensar que Pedro Almodóvar havia mort.

Però hi ha altres “mentiders 2.0” que, a més, s’ajuden d’eines perverses com ara *letmetweetthatforyou*; aquesta, en concret, genera la imatge d’un tuit fals, com si l’hagués fet l’usuari que li indiquem.

Malgrat la mala fe d’alguns, estirar el fil dels rumors a la Xarxa és possible i hi ha

A LA XARXA, EXISTEIXEN DIFERENTS TÈCNiques QUE PERMETEN DESCOBRIR LES MENTIDES

tècniques per trobar la fi del cabdell. En el cas de piulades falses, hem de comprovar si són una imatge enllaçada o si la URL de la piulada existeix. Altres tècniques, com explica Cobo al seu llibre *Internet para periodistas* són, per exemple, si volem verificar un web, comprovar a qui pertany el domini o quan es va crear. Per tal de verificar comptes de xarxes socials, aconsella revisar els seguidors, el to de les piulades i fixar-nos si enllaça amb un web oficial. I per a les imatges, a més de fixar-nos en les metadades, recomana eines com ara TinEye, un web de cerca inversa on pugem la imatge i ens indica si ja és a Internet.

A partir de normes bàsiques, cada mitjà desenvolupa les pròpies estratègies per contrastar. A la BBC, durant la primavera àrab, es va crear un equip de verificació. El periodista Alex Murray explica les rutines d’aquest nucli contrastador en un article publicat el maig de 2011. Algunes d’aquestes van ser comprovar els accents de les persones que enviaven continguts, mirar la informació meteorològica per veure si coincidia amb la de la informació enviada pels usuaris o comprovar les matrícules dels vehicles. Sílvia Cobo

valora positivament aquesta experiència, encara que creu que està condemnada a

desaparèixer: “Es va crear en un moment d’urgència, però són habilitats que han de desenvolupar tots els periodistes”.

CONTROLS A LES XARXES

A Vilaweb aquestes rutines impregnen tota la redacció. El seu director destaca un cas de verificació a través de les xarxes: amb el moviment *#novullpagar*, una persona els va informar a través d’una piulada que l’havien retingut al peatge del túnel de Vallvidrera. Amb un missatge directe de Twitter li van demanar matrícula, model i color del cotxe. I van preguntar als piulaires que passaven per aquella via. “Als pocs minuts teníem fotografies d’altres usuaris”, sentència Partal. Per al director de Vilaweb, les xarxes són un “control de qualitat excel·lent”. I afegeix: “si t’equivoques, als 30 segons tens 15 avisos que t’has equivocat”. Així va passar en el cas d’*El País*: els tuitaires van advertir de seguida que la suposada foto de Chávez corresponia a un vídeo de YouTube. Aquesta contrastació de la comunitat es pot impulsar també *a priori*. És el que

EN EL CAS DE TUITS FALSOS, CAL COMPROVAR SI SÓN UNA IMATGE ENLLAÇADA O SI LA URL DEL TUIT EXISTEIX

fa el periodista de la ràdio pública dels Estats Units (NPR) Andrew Carvin, qui després de fer contactes de confiança a Tunísia, Egipte i Líbia preguntava als seus seguidors a Twitter per tal de verificar

PER VERIFICAR UN WEB S’HA DE COMPROVAR A QUI PERTANY EL DOMINI O QUAN VA SER CREADA

fotografies i informacions: la comunitat actuava com a editora i comprovadora de fets. I és que la comunitat ajuda sempre que el periodista s’impliqui amb ella. El periodista BBC Matthew Eltringham en una xerrada a Barcelona el 2011 ja advertia que “la línia de verificació s’està convertint en una línia de punts” i instava els periodistes a implicar-se amb la seva comunitat per verificar.

MÉS VULNERABLES

El neguit per la immediatesa, la precarietat, la manca de formació digital... però tot és més complex. Tornem a estirar el fil: què més pot influir en els errors de verificació? “L’allau d’informació. La quantitat de dades que entra en una redacció comparada amb la de fa cinc

anys és increïblement molt més alta”, conclou Partal, que remarca que el món esdevé més complex. I als periodistes se’ns fa difícil controlar-ho tot, per això, creu que els mitjans han d’assumir “diversos nivells d’exigència”, ser més competitiu en les informacions que passen a prop i menys agosarats

en les que els queden lluny. I, a més de l’excés d’informació, no podem oblidar la seguretat: a l’abril el compte de Twitter d’Associated Press va ser piratejat i es va difondre la informació falsa que s’havia bombardejat la Casa Blanca i que Obama havia resultat ferit. Tot era mentida, si bé durant uns segons es va generar el caos.

Precisament, per aquesta complexitat i vulnerabilitat, el periodista Dan Gillmor insisteix que no s’ha de descarregar tot el pes en els periodistes i que l’audiència ha de ser menys crèdula i més crítica amb la informació. Descabdellar el fil dels rumors està esdevenint més difícil, tot i així, continua sent una feina bàsica del periodista, una línia vermella de qualitat, un principi que no es pot sacrificar malgrat la crisi. Si s’aprofiten les eines d’Internet i la comunitat, es pot fer més força a l’hora d’estirar el fil dels rumors i desfer el garbuix de les notícies. Ç

Més informació a:

poynter.org/category/latest-news/regret-the-error/ → Bloc de Craig Silverman “Regret the error”
bbc.co.uk/blogs/blogcollegeofjournalism/posts/bbcsms_bbc_procedures_for_ve → Verificació a la BBC
tineye.com → Eina de fotografia
whois.net → Eina de verificació web
verificationjunkie.tumblr.com → Eina de verificació a les xarxes socials

+ info

TRANSGRESSOR, TENDRE, LLIURE

Mor Oriol Maspons als vuitanta-quatre anys,
tot un referent de la fotografia

El 12 d'agost ens deixava Oriol Maspons. *L'enfant terrible de la fotografia* va immortalitzar des de la *Gauche Divine* al *Somorrostro*, entre molts altres aspectes de la seva època, a més de convertir-se en un puntal de la modernització del documentalisme gràfic. Tal com ho va resumir el seu fill, Àlex Maspons, "l'home se'n va, la seva obra queda".

TEXT PEPE BAEZA
FOTO ORIOL MASPONS

Intel·ligent, intuïtiu i posseïdor d'una màgia irrepètible. També vividor, verbalment incontinent i tendrament sarcàstic. Incorrecte i provocador, difícilment digerible per als que utilitzen les seves bones formes tan sols per obtenir-ne profit, Oriol Maspons, un dels millors fotògrafs que ha donat aquest país, deixa amb la seva mort un món una mica més petit i trist.

Si a Espanya s'haguessin donat les condicions per a una premsa gràfica de

qualitat, el reconeixement de Maspons seria internacional. En les condicions en què han viscut i produït la seva obra els documentalistes d'aquest país abans i després de la transició, el reconeixement encara ha estat decent i l'ha obtingut de la seva ciutat, Barcelona, i dels seu país, Catalunya, en forma de medalla de la ciutat i de la Creu de Sant Jordi; gràcies, en gran part, a la iniciativa del president Maragall. Li ha faltat obtenir el Premi Nacional de Fotografia, que fa temps hauria d'haver



Imatge de 1967 amb les models Irma d'Holanda, Anita de Suècia, Susi de Finlàndia, Elsa d'Itàlia i Susan de Dinamarca per a un còmic de Bat Man

rebut. Així que Maspons, un burgès massa inquiet per esperar temps millors per a la premsa, aviat va obrir el seu talent a qual-sevol camp professional que precisés de la fotografia: moda, retrat, publicitat... un món pel qual es va deixar absorbir i que li va permetre viure com a ell li agradava, amb una perspectiva sempre renovada sobre el gaudi de viure el costat més sensual i amable de l'existència.

El millor de si mateix, no obstant això, sempre ha estat en una mirada afinada,

SI A ESPANYA S'HAGUessin DONAT LES CONDICIONS PER A UNA PREMSA GRÀFICA DE QUALITAT, EL SEU RECONeixEMENT SERIA INTERNACIONAL

còmplice i intuïtiva, sobre la realitat de la vida de la gent. I, això, malgrat la declarada falta de compromís amb qualsevol forma d'ús analític i socialment transformador de la fotografia. Quin gran agitador no ha tingut el pensament d'esquerres.

No és estrany, així, que la seva obra s'hagi qualificat alguns cops de superficial. Però el fet de mantenir-se en la superfície ha estat una opció lliurement assumida i mai —com ho demostra amb la part més intensa de la seva obra—, una insuficiència de talent o una falta de consciència. Tampoc no va caure Maspons en la pedanteria de considerar-se un artista i en els seus valu-

ABANS QUE RES, ÉS UN DELS GRANS PUNTALS DE LA INTRODUCCIÓ A ESPANYA D'UNA VISIÓ MODERNA DEL DOCUMENTALISME FOTOGRÀFIC

osos escrits deixa clara constància que el millor de la fotografia s'ha de buscar en el compromís entre la funció i la forma, tal com passa amb el disseny o l'arquitectura. Les seves crítiques, com a *enfant terrible* de la professió, a les institucions rànries de

la fotografia oficial franquista aixecaren polseguera, i això en els anys cinquanta no era poca cosa.

Publio López Mondéjar, el millor historiador de la fotografia espanyola, ha sabut valorar en el monumental *Historia de la fotografía en España* el valor individual d'un fotògraf que va buscar la col·laboració amb altres i que sempre va impulsar i va donar suport a projectes de dignificació de la fotografia, tant com a fenomen cultural com a referent de la nostra

societat. "Oriol Maspons va cultivar un corrosiu sentit crític i desmitificador en cultivar tots els gèneres, sent notable també l'aportació

teòrica a través de desenes d'articles de crítica i divulgació. En imatges carregades d'atreuiment, gràcia i talent, existeix sempre una picada d'ullet còmplice a qui les contempla i una dissimulada tendresa que, malgrat tots els emmascaraments, neix d'un entenedridor desemparament", va escriure López Mondéjar.

Molt conegut per la seva desimboltura provocativa i per les seves fotos de models i altres personatges de l'agitada vida nocturna de la Barcelona de la Gauche Divine, Maspons és, abans que res, un dels grans puntals de la introducció a Espanya d'una visió moderna del documentalisme fotogràfic. El 1955, se'n va anar a viure a París durant dos anys i allà va entrar en contacte i va entrevistar per a la revista *Arte Fotográfico*

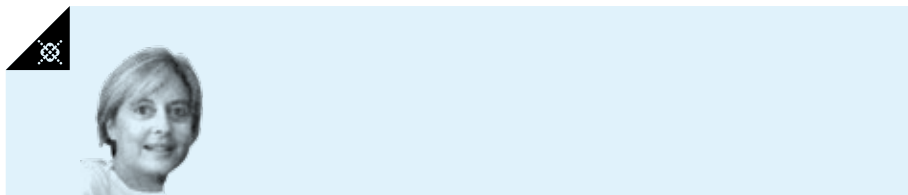
fotògrafs com Cartier-Bresson, Brassai, Robert Doisneau o Pierre Bourdin.

Des de París, va contactar amb el grup AFAL (Agrupación Fotográfica Almeriense), el moviment més genuí i renovador





A dalt a l'esquerra, la model i dissenyadora Elsa Peretti al Tiffany's el 1966. A la dreta, membres de la Guàrdia civil amb unes noies a Cadaqués al 1962. A baix a l'esquerra, una imatge de la Mancha el 1961. A sobre d'aquestes línies, un nen a Eivissa el 1954.



UN GRAN MESTRE

M'han demanat un article sobre el meu marit, l'Oriol Maspons, i se'm fa molt i molt difícil. És el primer cop que ho faig i, a més, sóc una escriptora negada, tot i així, som-hi.

L'Oriol i jo estàvem casats des de l'any 1969 i vàrem celebrar la festa del casament al Boccaccio. Després varen fer-ho altres però, per descomptat, l'Oriol va ser el primer. D'ell, com a fotògraf i del que ha representat per a la fotografia d'aquest país, poc més puc dir després de tot el que s'ha dit sobre ell aquests dies, comentaris als quals estic molt agraïda. L'Oriol sempre va anar per lliure, es va dedicar a la fotografia però no a fer-se amic dels que li podien donar premis ni res semblant. I així li ha anat, tot i que a ell els premis li agradaven molt.

Era un home molt polifacètic, descobria coses de l'època i les ensenyava als amics, editors, fotògrafs etc. Després, els altres es posaven les medalles, encara que a ell no li importava, perquè li quedava la satisfacció de la curiositat.

Escrivia molt bé i feia tan bé de tertulià que se'l rifaven. Un cop van trucar de TV3 perquè volien que anés a un programa a defensar la festa de Halloween enfront d'una altra persona que havia de defensar la castanyada. Els vaig dir que li comentaria si bé ho veia difícil perquè l'Oriol no sabia ni que era Halloween. "Ah, val", va dir-me. "Però si no saps què és?", vaig contestar-li. "És igual", em va respondre. I se'n va sortir. El pobre que defensava la castanyada es va desesperar. L'Oriol li sortia amb arguments surrealistes i l'altre no sabia què dir. Ell era així.

També va ser un gran mestre. Pel seu estudi hi passava tothom. Els que tenien un fill o una filla que no sabia què fer ni què estudiar l'enviaven a l'estudi de l'Oriol Maspons. Allò semblava la Rambla. Jo m'enfadava però ell gaudia fent-ho. Estic parlant de quan no hi havia ni escoles ni universitats on s'aprenqués l'ofici. Aquests dies molts d'ells m'han trucat. La majoria continuaven anant a veure'l o bé ell els feia un truc. Alguna peça dolenta li va sortir, amb punyalades per l'esquena o prenent-li els clients, encara que eren molt pocs, perquè quasi tots seguien mantenint-hi una molt bona relació.

L'Oriol era un home irònic a qui li agradaven les provocacions les discussions, ara bé, en el fons tenia la raó. Jo vaig aprendre molt amb ell.

Un dels moments més importants de la seva vida va ser quan treballava en el món de les assegurances i va demanar a la feina si podia seguir fent-ho de París. Allà va descobrir la fotografia-reportatge que li interessava, la de Cartier-Bresson. I de tornada a Barcelona s'hi va dedicar des de les pàgines de la *Gaceta Ilustrada*. L'Oriol ha estat pioner en moltes coses, ha obtingut premis rellevants i durant quaranta anys ha estat l'únic fotògraf espanyol que disposava de fotografies seves al MOMA de Nova York i a la Biblioteca Nacional de París, a part dels museus més importants de l'Estat.

Oriol, et trobo molt a faltar, i el gosset també. Però ara me n'ocupo jo. No pateixis per ell.

Coral Majó

Vídua d'Oriol Maspons

de la fotografia espanyola des del final de la guerra civil. Aquest grup publicava un butlletí que aviat es va convertir en la revista més important de fotografia que mai s'ha editat a Espanya. Allà van col·laborar, juntament amb els fundadors -José Maria Artero i Carlos Pérez Siquier-, mestres com Xavier Miserachs, Ricard Terré, Gonzalo Juanes, Gabriel Cualladó, Ramón Masats, Paco Ontañón, Leopoldo Pomés, Joan Colom, Alberto Schommer, etc.; una generació capaç de buscar vies alternatives i transversals a l'oficialisme que impregnava la vida cultural de l'Espanya feixista. Maspons va ser un dels ideòlegs més aguts i més informats del moviment, i va formar part del comitè de direcció des de 1956, quan encara estava a París.

Al tornar a Espanya, el 1957, va compaginar la foto documental i el fotoperiodisme, que va publicar sobretot a *Gaceta Ilustrada*, amb treballs de moda i publicitat. Poca gent sap que, des de 1958, tenia obra venuda a institucions com el Museu d'Art Modern de Nova York (MOMA) o la Bibliothèque Nationale Française i que ja havia estat distingit pel Photography Annual nord-americà i pel Photography Year Book anglès.

A més de les referències franceses, Maspons sempre va admetre el mestratge de Català-Roca, l'enteniment professional amb el seu soci, Julio Ubiña (les postals de felicitació de Nadal en les quals ambdós cada any es disfressaven d'una manera

Més informació a:

The private collection → Oriol Maspons (La Fábrica Editorial, 2006)

Una mirada oportuna y nada insólita → Oriol Maspons i Robert Latona (La Fábrica Editorial, 2001)

+ info

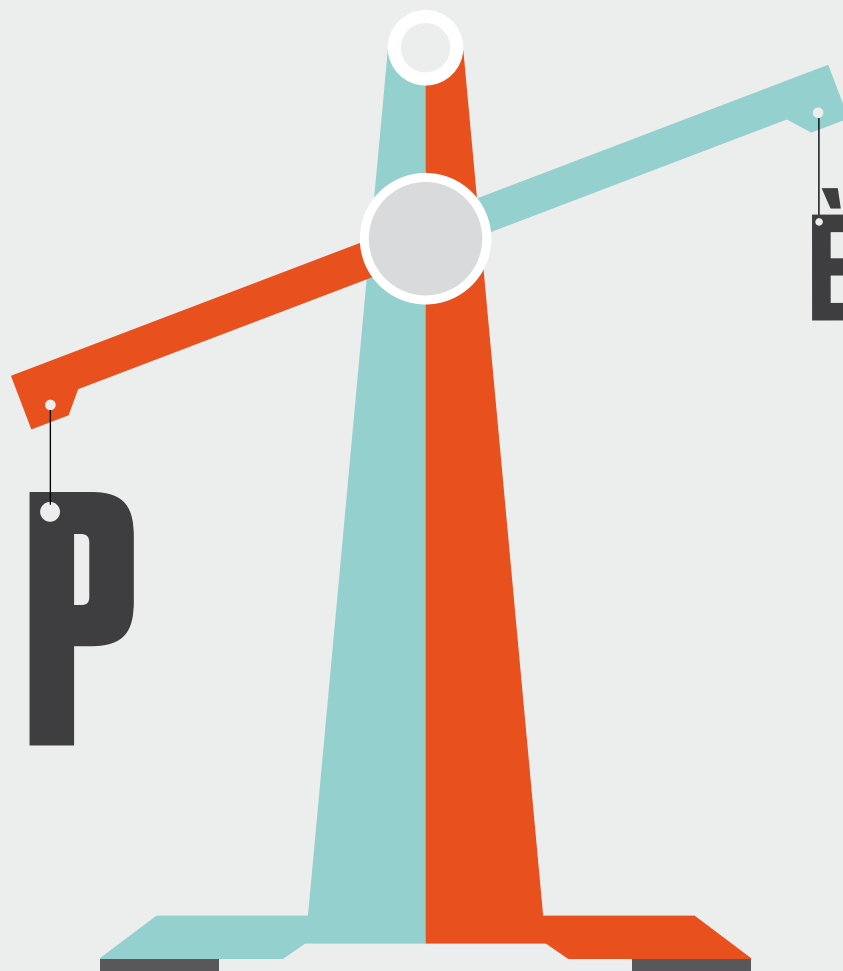


A l'esquerra, l'escriptor i editor Carlos Barral a Calafell el 1960. A baix, una imatge de la Mancha als anys cinquanta.

diferent eren tot un esdeveniment en l'entorn dels seus clients i amics) i la gran amistat amb Xavier Miserachs, un altre gran mestre, al qual unien interminables converses sobre la fotografia i la vida, i amb el qual compartia la seva admiració cap a les dones belles.

Una de les últimes publicacions de Maspons, *The private collection* és un explícit repertori de les seves preferències; dones que destil·len erotisme i que semblen estar complaent exactament el gust d'un fotògraf pel qual se senten admirades i paradoxalment respectades. Un fotògraf capaç de demanar un text d'introducció per al llibre sobre les "seves nenes" a la mateixa Carmen Alborch, que després d'intentar sortir-se'n per la tangent, va acabar acceptant l'encàrrec: "Vaig tornar a mirar les fotos i vaig tenir la impressió que al nostre estimat fotògraf li agraden les dones i és capaç de riure's d'ell mateix. Li agraden les dones més enllà de concebre-les com ésser per ser mirats, amb la seva mirada transgressora, curiosa, surrealista, eròtica, provocadora, irreverent, sofisticada, fetixista, moderna i, sobretot, lliure". Ç





MÉS PRECARIETAT, MENYS ÈTICA?

Un estudi analitza com les dures condicions laborals dels periodistes freelance afecten els aspectes deontològics

TEXT LAURA FANALS
IL·LUSTRACIÓ FRANCESCO CUSUMANO

La precarietat laboral afecta la selecció de temes, la veracitat, la privacitat i l'ús de les fonts dels periodistes freelance. Aquesta és una de les principals conclusions d'un estudi que analitza com la crisi influeix en l'exercici de la professió. Queda clar, doncs, que les urgències econòmiques deixen la deontologia en un segon pla.

Els periodistes són sovint considerats “guardians del poder”. Se'ls suposa els encarregats de fer preguntes incòmodes, d'investigar la corrupció, de denunciar les injustícies socials. Molts d'ells aspiren algun dia a emular Bob Woodward i Carl Bernstein i destapar un nou cas Watergate, però quan arriba l'hora de posar en pràctica tots aquests principis, topen amb un escull insalvable: unes condicions laborals cada cop més precàries.

La precarietat no només implica salaris baixos, sinó també falta de contractes (o contractes escombraria), horaris interminables i la impossibilitat, massa sovint, de separar la vida laboral de la personal. La situació, lluny d'arreglar-se, ha empitjorat en els darrers anys, i els freelance han estat un dels col·lectius que més n'ha patit les conseqüències, ja que el nombre d'encàrrecs que reben i el preu que cobren per peça s'ha reduït dràsticament. L'ètica periodística, doncs, no es pot desentendre del context.

La base d'aquest article és una recerca realitzada com a projecte final del màster de Periodisme Internacional de la Universitat de Leeds que s'ha elaborat mitjançant entrevistes en profunditat a deu periodistes freelance catalans amb edats que oscil·len entre 23 i 44 anys, i que treballen per a premsa escrita, ràdios, agències de notícies i mitjans digitals de Barcelona i Girona. En alguns casos, guanyen una quantitat fixa al mes que completen en funció de la productivitat, mentre que en d'altres cobren exclusivament per peça publicada. La recerca s'ha centrat en els freelance no

perquè se'ls pressuposi menys ètica que a la resta de periodistes, sinó perquè solen ser un dels col·lectius que més pateixen la precarietat laboral. Tots els noms s'han canviat per preservar la intimitat dels participants.

L'estudi arriba a la conclusió que aquest col·lectiu professional té molts motius per mantenir alts nivells d'ètica. En primer lloc, els sol agradar la feina i se senten molt responsables dels projectes que tiren endavant, de manera que són molt autocrítics

L'ÈTICA PERIODÍSTICA NO ES POT DESENTENDRE D'UN CONTEXT DE CRISI EN QUÈ ELS ENCÀRRECS I EL PREU PER PEÇA S'HAN REDUÏT DRÀSTICAMENT

i se senten culpables davant de qualsevol error. En segon lloc, són conscients que tenen la responsabilitat social d'oferir informació veraç i plural, i se la prenen molt a pit. En tercer lloc, hi ha l'ètica personal, que guia la majoria de periodistes més enllà del Codi deontològic. Finalment, a nivell més pràctic, tot periodista necessita credibilitat per mantenir la feina o, en el cas dels freelance, per aconseguir-ne de noves. Per tant, saben que si els enganxen “fent trampes” la credibilitat se'ls anirà en orri.

La precarietat laboral, tanmateix, pot acabar posant en un compromís totes aquestes bones intencions. El principal problema, amb diferència, són els salaris baixos: els freelance es queixen que els mitjans cada cop els compren menys peces —ja

que cada vegada s'utilitzen més agències i notes de premsa—, i els preus per peça s'han reduït dràsticament. Això fa que, en alguns casos, hagin d'acceptar condicions de treball cada cop més precàries.

Aquest és el cas de la Clara, que col·labora amb un mitjà digital que li paga 250 euros al mes per escriure dos articles diaris: “Fa un parell d'anys, jo hauria estat la primera de dir que ningú hauria d'acceptar aquestes condicions, tot i així, les meves fonts d'ingressos s'han reduït i he hagut

de dir que sí perquè necessito els diners”.

Els freelance, a més, han d'assumir les seves pròpies despeses de treball, com ara gasolina, aparcament

i dietes, a banda de pagar la quota d'autònoms. Amb salaris com aquests, però, moltes vegades acaben pagant per treballar.

Un altre tipus de precarietat són les llargues jornades laborals i la dificultat per conjugar la vida laboral i personal. Els freelance han d'estar disponibles tot el dia, no només per una qüestió de responsabilitat, sinó perquè temen que, si diuen que no un cop, no els tornaran a trucar. A més, no solament es tracta de cobrir notícies, sinó que també han de dur al dia la comptabilitat, cercar noves històries i localitzar potencials clients. El resultat de tot plegat és que sovint molts acaben treballant deu o dotze hores al dia.

Finalment, l'alta competitivitat del món periodístic els posa una pressió afegida, ja

que aconseguir qualsevol feina significa superar una dura competència. Això fa que, en certs moments, la pressió per aconseguir una informació tant o més bona que la dels altres els pugui fer “abaixar” la guàrdia ètica. Així ho explica en Dani, que col·labora amb una ràdio: “Hi ha programes, sobretot de certes televisions, que són molt sensacionalistes i a vegades penses: ells fan això i tu vas aquí amb el teu article extracurós... Per tant, admeto que a vegades la competència m’ha portat a publicar coses que d’altra manera no hagués fet”.

La precarietat laboral, doncs, influeix en el treball diari dels periodistes i es pot convertir en una greu amenaça per a l’ètica. L’estudi ha comprovat les conseqüències que pot tenir en quatre grans àrees: selecció de temes, veracitat, privacitat i ús de les fonts.

NO VAL LA PENA INVESTIGAR

En la selecció de temes és on es noten més els efectes de la precarietat. Els freelance no poden permetre’s el luxe de treballar en històries que no seran publicades, o si-

"A VEGADES, LA COMPETÈNCIA M'HA PORTAT A PUBLICAR COSES QUE D'ALTRA MANERA NO HAGUÉS FET" **DANI**

gui que acaben prenent la via fàcil: és a dir, temes ràpids d’obtenir, encàrrecs directes i articles que s’ajusten a la línia ideològica del mitjà. Tot plegat, en clar detriment del periodisme d’investigació, que costa un

temps i uns diners que els freelance no tenen. Aquest és, per exemple, el cas d’en Dani: “No puc perdre dos dies, amb la despesa que això comporta, buscant històries d’investigació que no seran publicades o que, si ho són, em pagaran disset euros. Així doncs, el que faig és anar a una roda de premsa a les dotze del migdia i aconseguir un bon tall de veu. No faré res extraordinari per disset euros”, explica.

"NO EM PUC GASTAR VINT EUROS EN UNA CANGUR PER A LA MEVA FILLA PER UNA EXCLUSIVA LOCAL PER LA QUAL ME'N PAGARAN NOMÉS CINC" **SARA**

Tot i que hi ha algunes excepcions —els periodistes solen oblidar-se dels diners quan els cau a les mans una bona història que els motiva o que els farà guanyar prestigi—, els freelance, en general, se senten frustrats per les poques possibilitats a l’hora de buscar temes d’investigació, i alerten que això porta a una societat molt menys informada.

La Sara, que col·labora com a corresponsal amb una agència de notícies, indica que hi ha bones històries que acaben sense sortir a la llum. “Em paguen cinc euros per cada història local i vint per aquelles que es poden vendre

a nivell nacional. Així doncs, només cobreixo els consellers, ministres i temes genèrics. Sé que hi ha moltes històries locals que haurien de ser explicades, però no em puc gastar vint euros en una can-

gur per a la meua filla per aconseguir una exclusiva local per la qual me’n pagaran només cinc”, critica.

SUPERAR ELS LÍMITS

La veracitat pot ser una altra de les damnificades. En general, tots els periodistes consultats tenen clara l’obligació d’oferir informació plural i contrastada, i a molt pocs algun mitjà els ha demanat escriure algun article afavorint determinats interessos. Aquesta és, de fet, una pràctica que tots els free-

lance —sobretot els més joves— rebutgen frontalment. Tot i això, sempre hi ha excepcions, i alguns admeten que la por a no ser contractats de nou els ha fet cedir en alguna ocasió. Aquest és, per exemple, el cas de la Júlia, que és freelance des fa sis anys. “Durant una campanya electoral, em van demanar que fes una entrevista per afavorir un candidat. D’entrada, vaig dir que no, perquè no em va semblar ètic, però el cap de redacció va insistir, i què podia fer? Si deia que no, me’l posaria en contra i potser no em tornaria a trucar. O sigui que al final vaig acabar fent-la, tot i que no vaig firmar-la”, explica.

El respecte per la privacitat és una altra de les potencials víctimes de la precarietat. Malgrat que algunes qüestions estan regulades per llei, hi ha moltes pràctiques que, sense ser il·legals, suposen una intromissió en la vida privada de les persones. Aquesta és, tanmateix, una línia difícil de traçar, ja que és molt personal i



UNANIMITAT EN EL DIAGNÒSTIC

L'ètica periodística en temps de crisi és un tema recurrent en la professió des de l'arribada de l'actual conjuntura econòmica. Són nombrosos els debats encetats al voltant d'aquest aspecte i les conclusions solen ser força unànimes. Una prova és l'estudi *La ética en las empresas periodísticas y sus profesionales*, elaborat per Estudios de la Comunicación i Servimedia amb la col·laboració de la FAPE i que va ser presentat el juliol del 2012 en el marc dels cursos d'estiu de la Universitat Complutense de Madrid a San Lorenzo de El Escorial. L'estudi arribava a la conclusió que la crisi afecta negativament l'ètica periodística i els professionals consultats (directors de mitjans, editors i defensors de l'audiència dels trenta-cinc mitjans espanyols més importants) creien necessari un sistema d'autoregulació del sector. Malgrat això, tan sols un 46% dels mitjans consultats comptaven amb un codi deontològic escrit o identificat com a tal, i tan sols tres disposaven de defensor del lector o de l'audiència. Segons l'estudi, l'abaratiment dels costos en la producció d'informació, la voraç competència entre mitjans i la major pressió publicitària són alguns dels motius que comporten problemes ètics en les empreses periodístiques actuals.

depèn del periodista: el que per a un pot ser simple informació, per a un altre pot ser una intromissió en la intimitat en tota regla. El problema arriba quan, degut a les pressions de la precarietat i a la necessitat de facturar articles, alguns periodistes

"ODIO ANAR A L'ESCENA DEL CRIM I PREGUNTAR ELS DETALLS DE LA VÍCTIMA. PERÒ SI ET GUIES NOMÉS PER L'ÈTICA, NO COBRARÀS" MARTÍ

es veuen obligats a creuar la seva pròpia línia. Com en el cas d'en Martí, que fa uns mesos que col·labora amb una agència de notícies: "Odio haver d'anar a l'escena del crim i preguntar tots els detalls de la víctima. Em fa sentir incòmode, com si estigués demanant: doneu-me tota la merda que tingueu. Tot i així, són les regles del joc. Si estàs disposat a seguir-les, sobreviuràs; si et guies només per la teva ètica, no cobraràs".

EMPOBRIR LA INFORMACIÓ

En quart i últim lloc, la varietat i la qualitat de les fonts també es pot veure afectada per la precarietat. Com que els freelance es veuen obligats a prioritzar les feines que estan més ben pagades, la seva actitud davant d'un article és diferent segons la remuneració: si aquesta és alta, no els importa dedicar-hi el temps i l'esforç que faci falta. Quan aquest no és el cas, admeten utilitzar comunicats de premsa i agències, a vegades fins i tot sense citar-los. Tot i ser conscients que és una pràctica que empobreix el periodisme, alguns periodistes consultats asseguren que no tenen més

remei que fer-ho si volen arribar a final de mes. Un exemple és en Martí, a qui, igual que a la Clara, una empresa pagava 250 euros mensuals per dos articles diaris: "Em treia quatre hores al dia, temps que necessitava per dedicar a feines que em pagaven

millor. Per això, vaig rebaixar la qualitat: vaig començar a copiar comunicats en lloc de trucar a fonts, a agafar informacions publicades en altres

mitjans, i llavors ho embolicava i hi posava un llacet ben bonic amb el meu nom. No n'estic orgullós, però havia de sobreviure", assenyala.

Cal concloure, doncs, que la voluntat de la majoria de freelance de tenir un comportament ètic sovint topa amb una precarietat laboral que amb la crisi només s'ha agreujat, així com amb la necessitat d'arribar a final de mes en un context cada cop més dur. Una realitat que pot tenir conseqüències nefastes no tan sols per al periodisme, sinó també per a la democràcia. Ç



"HI HA EL PERILL QUE TV3 ES VAGI CONSUMINT A SI MATEIXA"

És la veu crítica del mitjà televisiu que diu coses incòmodes que altres veuen i callen. Tot i que també treballa a ràdio i premsa escrita, ha estat amb *Telemonegal*, l'únic programa de tot l'Estat dedicat estrictament a la crítica televisiva, que s'ha fet popular. Després de deu anys, Ferran Monegal ha tancat un cicle, encara que adverteix que potser aviat el tornarem a veure a la petita pantalla.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGIO RUIZ

Gardel cantava allò de “veinte años no es nada”, però tu has decidit que amb deu ja n'hi havia prou de *Telemonegal*.

Sí, he decidit passar pàgina abans que me la passin.

Has dit que era decisió teva, si bé quan t'han preguntat per les retallades a BTV has admès que “tot influeix”. Pots ser més explícit?

Les retallades no agraden a ningú, però tampoc són una bandera per dir que plego, sobretot tal com està el país. Més aviat, es tracta de la fi d'un període de deu anys d'un programa que, inicialment, era per tres mesos. En el fons, les retallades no han influït en la meva decisió.

Has dit que deu anys és una bona xifra per tancar el cicle de *Telemonegal*. Enguany, en fa vint de la teva columna a *El Periódico*...

La columna al maig va complir vint anys, així que ja els he superat. Jo només aspiro a continuar guanyant-me la vida fent de periodista. A partir de setembre o octubre, analitzaré les possibilitats de fer alguna

cosa útil i estrictament periodística a televisió, sempre que vegi un projecte amb cara i ulls i una cadena que m'accepti. I això és bastant difícil, perquè em dedico a fer crítica de la nostra professió.

I això no agrada a tothom...

A la professió no agrada gens. Aquesta entrevista mateixa és una raresa. En deu anys d'èxit insòlit de *Telemonegal*, poc ressò se'n ha fet CAPÇALERA. Ho assenyalo com una dada. Perquè *Telemonegal* és un programa incòmode que s'ha salvat per l'audiència. A les cadenes, productores i criatures de la televisió, no els agrada, no els interessa. Som una professió tremendament endogàmica. Ens podem posar de manera incisiva amb el president de la Generalitat, del Govern espanyol o amb el cap de l'oposició però, alerta, si ens posem amb nosaltres mateixos! Hi ha unes trinxeres molt delimitades i ja s'ha vist que l'oasi català no és tal, ni molt menys, sinó que continua sent aquesta espècie de palangana podrideta de la nostra professió. Som gossets i anem tirant. I si un està submergit en una empresa multimèdia les complicacions s'elevan exponencialment.

Dius que el programa era incòmode però també has admès que en els darrers set anys has rebut ofertes de televisions públiques i privades.

Quan hi ha un programa d'èxit, la gent del món de la televisió se t'acosta. Jo sempre ho he agraït, tot i així, cadascuna de les converses que he tingut al llarg d'aquests anys s'han acabat sempre on s'havien d'acabar, perquè els deia que no podia haver ingerència en els continguts, ni dir-me el que puc i no puc mossegar, etc.

Amb ingerències, el programa no es podria fer tal com estava plantejat.

Exacte. Aquest és el problema. I la gran sort d'haver estat en una cadena de televisió petita com BTV, en què els directors s'assabentaven del programa veient-lo a casa seva el dia de l'emissió. Això és molt difícil que ho acceptin les televisions més grans.

A part de la televisió, sempre has treballat en premsa escrita. De jove ja tenies vocació de plumilla?

Tan bon punt vaig acabar la carrera a l'Escola de Periodisme ja vaig entrar firmant

als diaris. He treballat a *Garbo*, *Tele/eXprés*, *Destino*, *La Vanguardia*, etc.

**Deixa'm fer com tu feies als con-
vidats, traient-los les parts més
criticables de la seva carrera. El 1991,
vas ser fundador i director del diari
sensacionalista *Claro*, un càrrec que
et va durar poc.**

Vaig estar dos anys muntant el diari i vint-i-dos dies de director.

**Et preguntaria si va ser un pecat de
joventut si no fos perquè et va agafar
més enllà dels quaranta anys.**

Allò va ser una oferta del grup Axel Springer, editors del *Bild*, que en aquella època venien cinc milions d'exemplars diaris. És el que ells anomenen premsa popular, que no és premsa groga, sinó sensacionalista.

**El projecte anava a mitges entre els
del *Bild* i Prensa Española, editors
de l'ABC. En cap moment vas pensar
"què faig jo en un lloc com aquest"?**

PERFIL

Ferran Monegal (Barcelona, 1952) va estudiar a l'Escola de Periodisme de Barcelona. En la premsa escrita, ha treballat a *Garbo*, *Tele/eXprés*, *Destino* i *La Vanguardia*, entre altres. Va ser subdirector d'*El Noticiero Universal* i director de *Claro*. Des de 1993, és el crític de televisió d'*El Periódico de Catalunya*. Ha col·laborat en diferents ràdios i, actualment, col·labora a *Julia en la Onda* a Onda Cero. En televisió, entre 2003 i 2013, ha dirigit i presentat *Telemonegal* a BTV. És autor de *Telefauna ibérica* (Ed. Belacqua, 2002) i *Los pájaros de la televisión* (Ediciones B, 2009). El 2008, va rebre el premi Ciutat de Barcelona.

Sí, quan van signar l'aliança amb Prensa Española. Jo dirigia el projecte a Espanya, l'havia començat des de zero. Van ser dos anys durant els quals vaig aprendre moltes coses. Viví tres o quatre mesos a Hamburg i cinc o sis a Madrid. Amb tot, un dia arribo a Hamburg i em diuen que han signat una *joint venture* amb Prensa Española i que es muntarà una societat instrumental en què cadascú tindrà un 50%. Em vaig quedar una mica descol·locat. I, a més, perquè en una societat en què els dos tenen la meitat és molt complicat treballar. Tenia reunions amb les dues parts per discutir sobre tot, des de l'alçada dels mòduls de redacció fins a les càmeres de

"FARÉ ALGUNA COSA A TELEVISIÓ, SEMPRE
QUE VEGI UN PROJECTE AMB CARA I ULLS
I UNA CADENA QUE M'ACCEPTI"

seguretat de l'edifici... Va ser llavors quan em vaig preguntar què feia jo allà.

Vas plegar o "et van plegar"?

Em vaig fer acomiadar.

***Claro* era un diari sensacionalista
amb titulars provocatius i senyores
amb poca roba. Això no és contra-
dictori amb el fet que anys després
parlis de deontologia periodística?**

No n'he renegat mai ni considero que sigui periodisme groc ni tampoc cap atemptat a la deontologia periodística que un diari publiqui la fotografia d'una senyora més o menys suggerent.

**No em referia tant a les senyores
com als titulars.**

Repeteix que el que feiem era un diari sensacionalista i no pas groc. Nosaltres amb el cas Millet no hauríem fet mai com alguns mitjans, que ho amaguen. Ni com TVE amb el cas Bárcenas, que no en parla. Som en una societat periodística molt malaltissa. Quan la Mercedes Milà ensenya les calces és el que m'agrada més de *Gran Hermano*. No li he criticat mai, perquè són les seves calces! Et pot semblar

patètic o gloriós, però el que ensenya és el seu cul. És més fotut quan agafa els ratolins de la "ratomàquia" i els emporca en determinades situacions...

**Què penses quan la gent diu allò de
"a la televisió no fan res de bo".**

El món de la televisió és molt ampli i a les públiques s'estan fent programes excel·lents. El que passa és que, com a analista, molts cops no ho reflecteixo perquè a *El Periódico* tinc un espai limitat i a la televisió tenia una hora i vint minuts setmanals. Per tant, la prioritat és el que el "ramat" mira en massa.

**Sovint el "ramat",
sobretot en les pri-
vades, consumeix
teleporqueria. Fa
temps que denun-
cies que també
afecta els informa-**

tius. És una situació irreversible?

L'única manera de recuperar-ho és que els periodistes fem la nostra catarsi. El que no podem és demanar-ho individualment, que ens transformem en uns herois. I, com a conjunt, la resposta de la professió, fins ara, no hi ha sigut o, si més no, no ha estat contundent. Hem de dir: "Senyors, punt!".

**Mesos enrere, l'Albert Om deia en
aquesta revista que "els catalans
mirem a Telecinco programes que a
tv3 no acceptaríem".**

L'oasi català és una entelèquia però, en el seu conjunt, tv3 ho ha fet bé. Ha marcat una diferència? Sí. Més complicat és analitzar tv3 amb lupa quan els informatius tracten temes que afecten els poders de casa nostra. D'altra banda, la teleporqueria no és tan sols el *Sálvame Deluxe* o *Gran Hermano*. Quan ETA va anunciar la fi de la lluita armada, totes les cadenes es van bolcar amb la notícia, mentre que tv3 va seguir amb la inauguració de la nova Masia del Barça. Són casos puntuals que grinyolen, tot i que el conjunt ha estat positiu. Una altra cosa és la deriva actual respecte de la situació política.

Per què?

Per l'impuls d'una opció perfectament legítima. Davant de la consulta que impulsa Artur Mas, els periodistes hem de treballar a favor de fer-la perquè sempre hem de donar suport als plantejaments democràtics i que un poble s'expressi és un dret, no una concessió. El problema és quan ens transformem en pastors del ramat i els diem que votin a favor de la independència. Si us plau, companys, això ja ho decidirà la gent! Em sembla molt bé si aposten per la independència, però no hem de marcar-los el camí!

Amb l'anunci de l'ERO, s'ha dit que perilla el model de TV3, mentre que Jaume Barberà va dir que "no és sostenible sense una reforma".

Algú s'ha parat a pensar que potser el model perilla si no es fa l'ERO? No vull parlar de teories de conspiració, però no sé si el que hi ha és un disseny ocult. M'estranya que es deixin les coses d'aquesta manera en un tema tan important com és TV3. Si no recordo malament, dels 2.500 treballadors de la Corporació fa un any i mig es va parlar d'una reducció de 900, després, de 500, més tard, d'uns 340 i sembla ser que, finalment, afectarà uns 205. Amb tot aquest batibull, cap a on va el disseny? Això si algú n'ha fet un. Anem cap a una situació absolutament surrealista.

Per què?

Perquè l'objecte de TV3 és fer programes. La Mònica Terribas i en Paco Escribano — en la meua opinió els millors directors que

despeses (lloguer, electricitat, el rètol, etc.) que no pot tenir pernils. No sé si és això el que es busca: un rètol sense contingut, una cadena pública cada cop més empenyida en la producció audiovisual i amb menys capacitat per ser motor de la indústria. No sé a qui podria afavorir tot això, però podria ser un disseny molt pervers: que TV3 es vagi consumint a si mateixa. I això seria gravíssim.

I hi ha perill que passi això?

Tal com ho veig, sí. Tenim una botiga sense pernils ni capacitat per comprar-los. No es pot deixar una cadena com TV3 sense recursos. Això és deixar que es vagi consumint. Com a analista, estic desorien-

"ELS PERIODISTES HEM DE TREBALLAR A FAVOR DE LA CONSULTA. EL PROBLEMA ÉS DIR A LA GENT QUE CAL VOTAR A FAVOR DE LA INDEPENDÈNCIA"

tat i no sé si hi ha un pla pervers perquè TV3 s'extingeixi per inanició.

Parlem de *Telemonegal*. Tu eres un rostre veterà en un mitjà que aquí promociona molt els joves, a diferència dels Estats Units, on als informatius hi ha força periodistes veterans.

El problema és que aquí les cadenes fugen del periodisme d'autor. I per fer el periodisme d'Iñaki Gabilondo, s'ha de tenir l'edat, l'experiència i el pòsit professional de l'Iñaki Gabilondo. A Espanya, s'han vist coses tan surrealistes com que TVE aco-

miades professionals com Rosa Maria Calaf o Vicente Romero, persones en els quals has invertit durant anys i que els acabes acomiadant

perquè tenien una certa edat. Déu nos en guard que l'Einstein hagués sigut espanyol! Haurien estat capaços d'acomiar-lo! Tot plegat és delirant. Que hi hagi gent jove a la televisió, em sembla perfectament normal, el que no em sembla normal és escombrar la veterania. El mateix passa a

les redaccions dels diaris. Quan jo era a *Tele/eXprés* hi havia en Josep Maria Lladó, en Manolo Vázquez Montalbán, en *Tísner*, en Manuel Campo Vidal, etc. Jo era jove-níssim, tenia vint-i-pocs anys i em trobava amb tota aquella gent! A *La Vanguardia*, hi havia en Carlos i en Santiago Nadal. Vaig treballar amb els grans d'aquella època i quan a la una de la matinada acabàvem la feina ens reuníem i només fèiem que escoltar-los.

Als que en sabien.

És clar! Escoltàvem Santiago Nadal parlar de la situació econòmica, dels lobbys, etc. I a la televisió alguns personatges que són ideals per a l'entreteniment, en canvi, no

ho són per a altres coses. A les cadenes, no els interessa una criatura massa potent en els informatius perquè causa problemes i pensa massa.

Prefereixen una bona cuina controlada i posar al capdavant un periodista que posi cares i vagi llegint el teleprompter. Això sí, amb molta dicció i gràcia i que, de tant en tant, s'aixequi i s'acosti al plasma, que queda molt maco. I si al costat té una senyora, molt millor perquè és com un duo. Jo defenso el periodisme d'autor als informatius, tant en públiques com en privades, que un periodista amb experiència faci la interpretació d'un fet noticable.

Acabem amb una nota d'humor i parlem del *Polònia*. Has admès que el primer cop que vas veure la teva imitació et van caure "els collons al terra". Després d'uns anys d'imitació, com està la teua salut genital?

(Riu) Primer, m'ho vaig agafar amb sorpresa i em van sortir els colors, però la família es pixava de riure i el meu equip, també. És un plus de popularitat que agraeixo als de *Polònia*. Hi ha molta gent que em coneix gràcies al programa. Així que ho porto amb molt d'humor i amb molt d'agraïment pel fet que s'hagin fixat en mi. El Papitu és el que ho passat més malament, perquè sempre surt rebent... Ç

"L'OASI CATALÀ JA S'HA VIST QUE NO ÉS TAL, CONTINUA SENT AQUESTA ESPÈCIE DE PALANGANA PODRIDETA DE LA NOSTRA PROFESSIÓ"

ha tingut TV3— han dit més d'una vegada que no tan sols ha de ser la televisió nacional de Catalunya, sinó també el motor de la indústria audiovisual catalana. En canvi, segons les informacions actuals, quasi no hi ha pressupost per a programes. I això és com una botiga de pernils amb tantes

DOCUMENTALS INTERACTIUS

El Digital Documentary Storytelling combina la força de les històries amb les múltiples possibilitats de les eines digitals

Quan l'art d'explicar històries es fusiona amb les noves tecnologies apareixen fenòmens tan seductors com el Digital Documentary Storytelling, documentals pensats per ser visualitzats al web, on l'espectador pot interactuar amb les múltiples versions dels fets d'una mateixa història.

TEXT LAURA SAULA
FOTO VICENTE PRUNA

“El poble de Holcomb es troba a les altes planes de blat de l'oest de Kansas, una zona solitària que els altres habitants de Kansas li diuen *allà*.” Així és com comença *A sang freda*, de Truman Capote, un dels grans clàssics de la literatura universal i considerat una de les grans novel·les de no ficció. Tots els qui l'hagin llegit recordaran la gran precisió dels detalls que desprenia aquell relat, la sensació de ser al lloc i en el moment on passava la història, identificant-se amb els personatges i vivint les mateixes sensacions que els protagonistes. A aquesta nova manera de narrar se la va anomenar *Nou Periodisme*, i va canviar les regles del joc per a molts periodistes i no tan sols nord-americans.

El secret de l'èxit era que explicaven esdeveniments reals, nodrint-se de les fonts i investigant el terreny amb la màxima precisió periodística que podien per després transmetre-ho en forma de novel·la o relat en els mitjans on treballaven. Aviat es van adonar que fent ús del tradicional *storytelling*, l'habilitat d'explicar històries que ens

acompanya des de temps ancestrals, era una eina molt eficaç per atrapar els lectors. “L'*storytelling* és una eina focalitzada en la connexió emocional amb els receptors”, explica Raquel Picolo, escriptora i professora del curs sobre Storytelling del Centre de formació del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

En la unió de l'*storytelling* amb els nous formats digitals és on entra en escena el

ES TRACTA D'EXPLICAR I DE COMBINAR EL MATERIAL CLÀSSIC DEL DOCUMENTAL AMB TOTES LES OPCIONS QUE PERMET L'ENTORN MULTIMÈDIA

Digital Documentary Storytelling, o més fàcilment conegut com a documental digital per a web. Creat el 1990 a Califòrnia, concretament al Center for Digital Storytelling de Berkeley, aquest nou tipus de documental vol explicar històries reals a través de sons, vídeo, fotos i efectes digitals fent ús de totes les opcions que

permet l'entorn multimèdia. L'essència d'aquest tipus de documental, igual que en l'*storytelling*, és donar a conèixer històries personals i aconseguir incidir en les emocions i l'empatia de l'espectador. Però, a més, té un altre valor afegit. Al tractar-se de documentals creats expressament per ser visualitzats al web, l'espectador deixa de ser passiu i passa a ser actiu, decidint en tot moment la línia de la història que vol seguir i clicant a les diferents opcions que se li presenten a la pantalla.

Tornem a l'interior d'Amèrica, on del Kansas rural de Capote passem a l'estat

de Virginia. Allà s'hi troba la periodista Elaine McMillion, directora del documental interactiu “Hollow”, estrenat el passat mes de maig. Amb aquest projecte va voler donar a conèixer la situació dels habitants de la deprimida zona de McDowell County, a l'oest de Virginia. Durant els anys 50 i 60 aquesta regió havia



EINES PER CREAR UN WEBDOC

Existeixen una sèrie d'eines, gratuïtes o de pagament, que permeten crear documentals web de manera relativament fàcil. Aquestes plataformes faciliten que qualsevol persona pugui crear un documental digital amb una certa interactivitat per a l'usuari final, tot i que, en general, impedeixen crear narracions úniques i irrepetibles, al ser implementades sobre una plantilla base. Algunes opcions són les plataformes Zeega, Popcorn, Storyplanet, 3wdoc, Djehouti o Klynt.

estat una de les zones més industrialitzades dels Estats Units, encara que amb els anys s'han anat tancant totes les fàbriques i hi ha hagut un èxode massiu de famílies, fet que ha deixat els pobles buits i sense empreses. Per aquest motiu, la periodista i el seu equip han fet entrevistes a fons amb els pocs habitants que queden a la regió. El resultat és un compendi de testimonis que expliquen com és el seu dia a dia, a la vegada que l'usuari pot anar coneixent dades històriques, geogràfiques i econòmiques de la zona segons l'interès que tingui en cada moment. "El meu objectiu amb "Hollow" és aconseguir donar a conèixer la situació d'aquesta zona tan pobre

i poder involucrar altres persones del país mitjançant les noves tecnologies", explica McMillion.

Un to menys reivindicatiu, però igual d'íntim i personal, és el del projecte canadenc "Highrise". Dirigit per Katerina Cizek i finançat pel National Film Board de Canadà, aquest documental interactiu compta amb peces com "Out of my window", en què a l'usuari se li presenta un

L'ESPECTADOR INTERACTUA, DECIDINT LA LÍNIA DE LA HISTÒRIA I CLICANT LES OPCIONS QUE SE LI PRESENTEN A LA PANTALLA

edifici amb diferents balcons i finestres. Si cliques en una d'aquestes finestres se't dirigeix a dins de la casa i la vida d'un personatge real de diverses parts del món. La pantalla t'endinsa a la casa del personatge escollit, on es pot tenir una visió de 360° i clicar a diferents objectes que t'expliquen algun detall rellevant de la vida del personatge, ja sigui el so del carrer que se sent des de la finestra fins a un assaig amb el seu instrument preferit.

"Aquest nou gènere està emergint molt ràpidament i encara hi ha molt per explorar -apunta Elaine McMillion- tot i que molta gent cau en l'error de prestar més atenció a les filigranes que es poden fer amb el web i s'obliden del que realment és important: el poder de les històries".

Un poder al qual, en el cas del Digital Documentary Storytelling, se suma el fet de no haver d'explicar les històries de manera lineal.

HISTÒRIES PROPERES

Més a prop de casa, concretament a Amsterdam, se celebra anualment l'IDFA DocLab Competition, que enguany tindrà lloc del 20 de novembre a l'1 de desembre. La primera edició de l'IDFA va ser el 1988 i, un quart de segle després, s'ha convertit en un dels festivals més importants del món dedicat

a l'exhibició i promoció de documentals creatius i emergents. L'any passat el premi per a la categoria de Digital Documentary Storytelling va ser per al documental web "Alma, hija de la violència", dels francesos Isabelle Fougère i Miquel Dewever.

Aquest treball, creat amb la col·laboració d'ARTE France, Upian i AgenceVu, és una immersió en profunditat en la vida d'Alma, una jove guatemalenca que va formar part d'una de les bandes més violentes del país. L'eix principal del documental és el dur testimoni en forma de monòleg, mentre que a la vegada a l'usuari se li van presentant diferents opcions on clicar per tal de contextualitzar la història, com informació i imatges del seu barri o dibuixos que narren les escenes més dures



Dues imatges dels documentals web. A l'esquerra, *Alma, hija de la violència*, i a la dreta, el projecte canadenc "Highrise"

INTERÈS CREIXENT

L'International Documentary Film Festival, que té lloc anualment a Barcelona, va celebrar el passat mes de maig la setena edició. Es tracta d'un dels festivals de documentals més importants de l'Estat, que enguany va acollir més de 450 professionals del món del documental provinents de 34 països. Precisament, una de les activitats que va despertar més interès va ser la jornada InterDocsBarcelona, que va estar dedicada al documental interactiu, i que va comptar amb més de 100 persones inscrites.

de la seva vida. “Gràcies al documental web hem pogut mostrar les arrels del mal, les seves manifestacions i a qui beneficiava el crim”, comenta Isabelle Fougère, una de les creadores. “Les imatges, els textos, el dibuix i el so participen en una experiència més àmplia i deixen pas a allò inefable: s'aprèn i se sent”, remarca Fougère. El documental web d'Alma, segons Dewever, “ha estat concebut com una eina d'informació i prevenció per als joves”.

Però, un es pot preguntar, hi ha alguna teoria formal respecte a com ha de ser un documental web? Segons el Center for Digital Storytelling de Berkeley,

el documental interactiu és un vídeo narratiu curt de primera persona creat a partir de la combinació de veu, imatges que es poden moure o no, música i altres sons. D'altra banda, Daniel Meadows, responsable del BBC Digital Storytelling

"AQUEST NOU GÈNERE ESTÀ EMERGINT MOLT RÀPIDAMENT I ENCARA HI HA MOLT PER EXPLORAR"

ELAINE McMILLION

website, un documental digital ha de tenir una construcció més estricta: 250 paraules, una dotzena d'imatges i una durada ideal de dos minuts. “És com la poesia, que té unes pautes definides i, en l'observació d'aquesta forma, és on recau l'elegància”, destaca Meadows.

De nou, Elaine McMillion incideix en la importància de la història. “La intensitat de la història depèn dels punts que esculli mirar l'espectador o l'ordre que decideixi seguir, per tant, s'ha de cuidar cadascun de tots aquests punts perquè l'espectador es mantingui sempre interessat i ho acabi veient tot”, afirma.

DIFUSIÓ I FINANÇAMENT

De moment, les principals eines per finançar aquest tipus de documentals són, majoritàriament, a través de les campanyes de micromecenatge i de l'ajuda d'universitats, centres d'investigació de cinema

i mitjans de comunicació. Respecte a la seva distribució i participació, un projecte com “Hollow”, per exemple té com a objectiu que els joves de l'Amèrica rural segueixin la tasca iniciada, documentant històries sobre els pobles i els seus habitants, per tal de crear una conversa permanent sobre el futur d'aquestes àrees. Per tant, la idea és que els usuaris, quan visitin la pàgina de

“Hollow”, puguin veure material nou de manera força continuada. Al darrera de tot això, asseguren els creadors, hi ha la voluntat de provocar un canvi local, fer més repercussió i donar veu a aquesta zona tan pobre del país.

Un cop entès que el Digital Documentary Storytelling no pot ser simplificat com a un documental que es visualitza a través d'un web, tots els creadors que ja s'han animat a provar-ho coincideixen a dir que els documentals tradicionals no moriran i seguiran sent una peça essencial del periodisme. El que sí sembla clar és que la figura del narrador d'històries es continuarà morfosintetitzant amb nous formats que donaran altres oportunitats a l'hora de difondre històries interessants. Al cap i a la fi, si Truman Capote hagués conegut les possibilitats del Digital Documentary Storytelling potser ens hagués ofert noves maneres de conèixer els peculiars habitants de Holcomb. **Ç**

Més informació a:

multimedia.journalism.berkeley.edu → Web del Center for Digital Storytelling de Berkeley

webdoc.cat → Web catalana sobre documentals web

hollowthefilm.com → Web sobre el projecte de “Hollow”

interactive.nfb.ca → Web sobre el projecte canadenc “Highrise”

storycenter.org → Recull de minibiografies personals

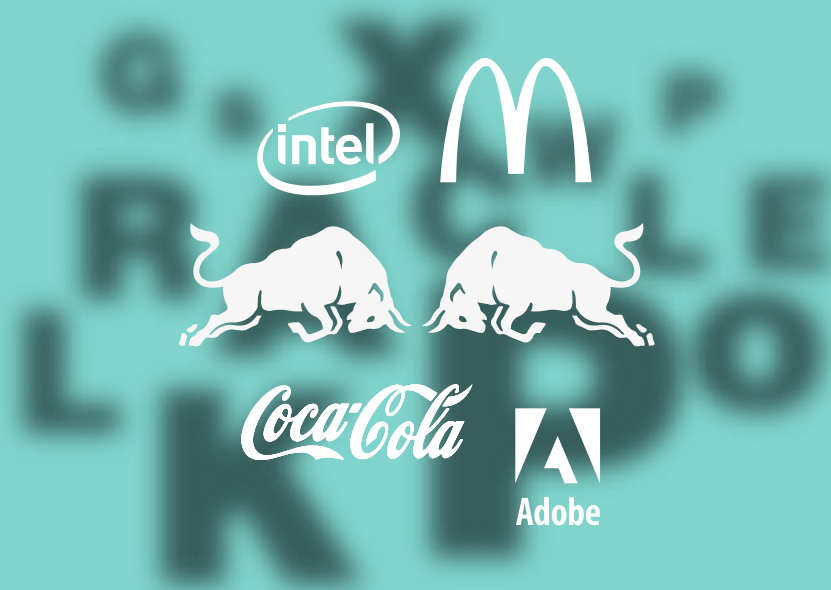
idfa.nl → Web del festival IDFA d'Amsterdam

bbc.co.uk/wales/audiovideo/sites/galleries/pages/digitalstorytelling.shtml → Web de BBC Digital Storytelling

alma.arte.tv/es → Documental “Alma, hija de la violencia”

docsbarcelona.com → Web oficial del Festival DocsBarcelona

+ info



QUAN LES MARQUES FAN NOTÍCIES

El *brand journalism*, tot un fenomen en un moment de dificultat per al periodisme tradicional

Grans multinacionals llancen els seus propis mitjans digitals, en què presenten informació neutra i de qualitat produïda per periodistes de prestigi, un fenomen que els permet apropar-se al consumidor i establir-hi un vincle, si bé ofereix dubtes en termes d'independència. Els mitjans tradicionals se'l miren com una dura competència, mentre que per als professionals pot suposar una nova i necessària oportunitat laboral.

TEXT ALBERT LLADÓ ROMERO
IL·LUSTRACIÓ FRANCESCO CUSUMANO

McDonald's, pionera no només en el menjar ràpid, ja va anunciar, el 2004, que tenia pensat adoptar una nova tècnica de màrqueting a llarg termini, no com una campanya, sinó com un relat continu que expliqués i apropés els valors de la companyia al món. Parlava del *brand journalism*, o periodisme de marca. El camí proposat per l'empresa dels arcs daurats l'han seguit algunes de les grans multinacionals del planeta, especialment els darrers anys: Coca-Cola, Intel, o Red Bull s'han endinsat en el món dels mitjans de comunicació digitals, impulsant-ne de propis. Les marques ja no volen ser tan sols la notícia; també volen crear-la i difondre-la.

Ara bé, més enllà d'això, què hem d'entendre per periodisme de marca? Parlem de llocs web informatius que no tenen res a veure amb els missatges publicitaris, fins al punt que és habitual que ni tan sols parlin de la marca en els continguts que ofereixen. Andy Bull, periodista britànic especialitzat en la matèria, i autor del llibre *Brand Journalism*, el defineix així: "Es

tracta d'una disciplina que barreja el periodisme tradicional amb elements bàsics de les relacions públiques i el màrqueting estratègic: la investigació del consumidor, els missatges incisius o un propòsit definit. A més, el nom de la marca propietària està present a les capçaleres dels mitjans, amb la intenció de mostrar transparència i ho-

ES TRACTA DE WEBS INFORMATIUS QUE NO TENEN
RES A VEURE AMB ELS MISSATGES PUBLICITARIS.
A VEGADES, NI TAN SOLS PARLEN DE LA MARCA

nestedat. Això contrasta, diuen els defensors, amb els mitjans tradicionals, en què no se sap qui hi està darrere", comenta.

Centrant el debat en el contingut periodístic, Bull, que al seu llibre utilitza més de cent exemples de grans empreses que fan *periodisme de marca*, descriu amb precisió de quines eines periodístiques es dota aquest gènere híbrid: "Si el periodisme de marca és de qualitat, el consumidor el per-

cebrà com el que es practica en un mitjà de comunicació qualsevol. Està basat en principis del periodisme tradicional i de la narració periodística de qualitat: crear històries ben investigades, ponderades, profundes, oportunes, i d'interès per al tipus de lector a qui van adreçades". Això últim, un nínxol de mercat definit i relacionat amb la indústria de la mateixa marca, és un dels distintius de la disciplina.

Així, el portal Business Without

Borders, del gegant bancari HSBC, ofereix reportatges i anàlisis sobre finances i negocis, adreçats a emprenedors. El portal en qüestió compta amb una mitjana de 10.000 visites diàries, i té acords de col·laboració amb mitjans prestigiosos com *The Economist* o amb *The Wall Street Journal*. Articles com "El mercat emergent a la porta del costat: el creixement de l'Amèrica Llatina", o "No fabricat a la Xina: la manufactura es mou cap a altres

veïns asiàtics més barats”, mostren el perfil d’informació que s’hi pot trobar.

Un altre dels destacats és CMO, portal d’Adobe sobre màrqueting digital. Timothy Moran, editor en cap, n’explica

COCA-COLA, INTEL, O RED BULL S’HAN ENDINSAT EN EL MÓN DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DIGITALS

les claus: “Està enfocat als executius dels departaments de màrqueting de les grans empreses del món, als qui s’intenta portar el millor contingut possible, i neutral. Amb un mitjà així, es pretén mostrar Adobe com una empresa líder en la indústria del màrqueting digital”. Compta amb 55.000 visitants únics cada mes i, recentment, s’hi podien llegir articles com “Tres passes per utilitzar analítiques web de manera eficient” o “Aprofitant les xarxes socials per entendre millor els consumidors”.

VINCLE EMOCIONAL

Queda clar que el *brand journalism* no és publicitat, però més enllà d’això, per què emprar aquesta nova estratègia comunicativa?, què aporta a les marques impulsar mitjans propis? Principalment, acostar-se al consumidor, tal com explica Salvador

Aumedes, director general d’Ogilvy Public Relations, i també periodista.

“Fa molts anys que la publicitat i les relacions públiques ja no valen per vendre més, sinó per generar un vincle emocional. El periodisme de marca casa bé amb això, perquè aporta al consumidor un valor afegit –en aquest cas, cobrint temes d’interès amb qualitat i rigor–, que posiciona com a marca. És una oportunitat de construir una relació amb els lectors i millorar-ne la reputació. Si la gent visita el lloc de notícies i s’identifica amb el contingut, es pot esdevenir un líder de confiança en la seva indústria”.

EL PORTAL DEL GEGANT BANCARI HSBC, QUE OFEREIX REPORTATGES I ANÀLISIS SOBRE FINANCES I NEGOCIS, COMPTA AMB 10.000 VISITES

Però no només això. Com destaca Aumedes, la comunicació ha canviat amb Internet i el missatge ja no és unidireccional, sinó que les marques són alhora emissores i receptors. I, en això, el periodisme de marca els és més útil que les estratègies comunicatives de sempre. “Implica tenir un canal de difusió immediata i massiva

com mai s’havia plantejat. Abans les marques es comunicaven amb el client a través de campanyes, d’anuncis, i dels mitjans; ara tenen una finestra oberta, 24 hores al dia, 100% controlada. A més, el consumidor interactua, opina, i permet conèixer la seva opinió”, apunta.

El director de comunicació digital de Coca-Cola, s’expressava en la mateixa direcció quan, al seu bloc, responia al perquè la companyia vol tenir un mitjà propi. “La gent demostra l’amor per Coca-Cola comprant-ne productes. Amb tot, sabem que no són només transaccions. També són emocions. Cinquanta milions de persones són fans nostres a Facebook (...), així que som aquí perquè ens hi voleu, i per explicar més sobre una de les empreses més conegudes del món. Serem transparents i honestos”.

Si bé el periodisme de marca ofereix al lector continguts ben elaborats, també és evident que presenta importants conflictes a nivell deontològic. Timothy Moran, editor en cap del portal d’Adobe CMO, parla des de l’experiència diària: “Som propietat d’Adobe, de manera que sempre hi haurà concessions, encara que



PROFESSIONALS CONTRASTATS

Les empreses que s’han iniciat en el *brand journalism* es compten entre les més grans i potents a nivell econòmic. En aquest context, encaixa la unanimitat existent, entre la major part d’aquests mitjans, a l’hora de decantar-se per un mateix perfil de periodista. Es tracta de professionals contrastats, amb una sòlida experiència en alguns dels mitjans de més prestigi del món i, generalment, amb bagatge en el nínxol del mitjà.

Dos exemples. Nissan va contractar periodistes de la BBC, de la CNBC o de Reuters, quan va posar en marxa la seva redacció; el web de Cisco, The Network, compta amb periodistes del *New York Times*, el *Wall Street Journal*, o Forbes, o com els va anomenar al seu bloc la responsable del contingut digital de la companyia, “noms que sens dubte hauràs seguit durant anys si t’entusiasma la tecnologia”.

DUES ESTRATÈGIES DIFERENTS

Hi ha dues tendències clares entre les marques que han optat per crear els seus propis mitjans. La predominant no menciona normalment la pròpia marca en els continguts, i es dedica a publicar informacions de valor per als lectors interessats en el nínxol empresarial de la marca i, per tant, el del respecte web.

La segona tipologia en difereix. Aquí les marques narren la història de l'empresa juntament amb la de la seva indústria. És a dir, que també parlen de novetats exclusives, de presentacions i anàlisis de productes propis, i, sense caure en el missatge comercial, són un canal per explicar què fa i on és la marca.

a l'empresa s'entén i es respecta que no som part del departament de Relacions públiques” i reconeix, després, que “no té sentit prendre partit negativament pel nostre propietari, i si es produeix algun assumpte susceptible l'intentem evitar. Un no mossega la mà que l'alimenta”.

Steve Wildstrom, reputat periodista tecnològic que col·labora al portal The network, de Cisco, confessa que l'única directriu que rep quan ha de preparar algun article és que “no s'hi mencionin els competidors”. Wildstrom, que abans de

formar part de Cisco va escriure pel portal periodístic d'Nvidia, una altra empresa tecnològica, apunta un dels problemes del periodisme de marca. “A la majoria de companyies i als seus departaments de màrqueting els costa d'entendre que el contingut que publiquen al mitjà de la marca ha de ser realment independent i que, si no és així, no tindrà valor per al consumidor”, es lamenta.

ENTRE L'AMENÇA I L'OPORTUNITAT

Per bé que el *brand journalism* és encara d'àmbit anglosaxó, sembla qüestió de temps que travessi la barrera de l'anglès i arribi al nostre país. Salvador Aumedes, director general de Relacions públiques a Ogilvy i periodista de formació, pensa el mateix: “Sempre anem endarrerits en ma-

ELS DILEMES DEONTOLÒGICS SÓN EVIDENTS I AFECTEN LA MARCA O BÉ ELS COMPETIDORS

tèria comunicativa. El que s'implanta als Estats Units, arriba aquí al cap d'uns anys. Penso que no tardarà, és senzill d'estructurar i per molt que s'hagin de contractar vint o trenta periodistes, seguirà sent barat en comparació amb les campanyes publicitàries”, justifica.

En un moment en què la indústria periodística viu una crisi per, entre altres motius, la pèrdua d'anunciant i el misteri que és encara avui fer rendible el contingut a Internet, una alternativa de tanta potència com el periodisme de marca

podria suposar una amenaça d'allò més inconvenient. Aumedes, per contra, no ho vol veure així. “No m'agrada la paraula *amença*. Serà una competència dura perquè té recursos, però de la premsa gratuïta també se'n va dir *amença*. Els problemes del periodisme no estan causats pels gratuïts ni pel *brand journalism*, sinó per altres motius més profunds”, afirma.

Per la seva banda, Wildstrom, de Cisco, no ho valora des del punt de vista de les empreses periodístiques, sinó des del de periodista. “El millor que ofereix el periodisme de marca és que les companyies tenen diners i voluntat de pagar bé i no se l'hauria de jutjar en contrast amb una visió idealitzada de periodisme independent, sinó en contrast amb la realitat del que es publica avui en dia, que general-

ment és terrible, mal pagat, i fet a corre-cuita”.

En aquest sentit, Andy Bull, antic periodista de *The Independent* i de *The Times*, i líder del portal www.brand-journalism.co.uk, emplaça les facultats de Comunicació a seguir aquest nou model amb atenció. “Agradi o no, el periodisme de marca creixerà. Moltes facultats de Periodisme ja hi estan parant atenció als Estats Units. Cal adonar-se que hi comença a haver més llocs de treball en el periodisme de marca i menys en el periodisme tradicional, i cal preparar els estudiants en aquesta direcció, perquè quan surtin de la facultat puguin aconseguir feina”, conclou. Ç

Més informació a:

businesswithoutborders.com → HSBC - Business Without Borders

newsroom.cisco.com → Cisco - The Network

cmo.com → Adobe - CMO

thefinancialist.com → Credit Suisse - The Financialist

coca-colacompany.com → Coca Cola Journey

intelfreepress.com → Intel Free Press

brand-journalism.co.uk → Bloc del periodista Andy Bull

+ info

RADIOGRAFIA A L'HUMOR GRÀFIC

Quatre dècades després de l'èxit d'*Autopista*, de Perich, els dibuixants de premsa lluiten contra vells problemes i afronten reptes nous

Quaranta-dos anys després que Jaume Perich donés el tret de sortida a l'edat d'or de l'humor gràfic amb *Autopista*, l'obra del dibuixant ja desaparegut serveix d'excusa perquè una desena de professionals reunits per CAPÇALERA reflexionin sobre un sector que no se'n salva de la crisi.

TEXT EUDALD COLL
FOTOS DANI CODINA



Els dibuixants que van participar a la trobada amb un dibuix del Gat Perich. D'esquerra a dreta: Miquel Ferreres, Joan Tharrats, Alfons López, Lluís Recasens (L'Avi), Jaume Capdevila (Kap), José Luís Martín, Andreu Faro, Carles Romeu, José Manuel Fernández (Fer), Jordi Duró i Manuel Puyal. A les pàgines següents, diferents moments de la conversa a múltiples bandes que va tenir lloc al Col·legi de Periodistes.

El 1971 el llibre *Autopista* de Jaume Perich —una paròdia del *Camino*, escrit per José María Esquivà de Balaguer, en forma de recull d'aforismes i frases còmiques— no tan sols va ser el llibre més venut de l'any, sinó que també va conscienciar els editors de la importància que té l'humor gràfic, i va iniciar, així, l'edat d'or del sector, a més d'obrir les portes a la professionalització dels dibuixants a la premsa.

Quatre dècades més tard, el 2012, el llibre va ser reeditat per l'editorial Crítica i, mesos després, l'exposició "L'Autopista de Perich" commemorava al Col·legi de Periodistes la trajectòria d'aquest dibuixant que va morir el 1995. La mostra, produïda per la Fundació Gin i dirigida per Jaume Capdevila, *Kap*, va poder veure's entre el 8 de maig i el 19 de juny.

Aprofitant la reedició d'*Autopista*, CAPÇALERA ha volgut reflexionar sobre l'humor gràfic a casa nostra. Per això, ha reunit diferents dibuixants al voltant d'una mateixa taula. A la cita van assistir Jaume Capdevila (*Kap*), Joan Tharrats, José Luis Martín, Miquel Ferreres, José Antonio Fernández (*Fer*), Alfons López, Andreu Faro, Carles Romeu, Lluís Recasens (*L'Avi*), Manuel Puyal i Jordi Duró.

PERICH, VIGENT

L'humor de Perich encara és vigent? "Nosaltres reflectim el que passa. Així que, si els acudits d'en Perich són vigents és perquè les coses no han canviat tant des de fa quaranta anys", assegura *Kap*.

"En Perich era molt bo —afegeix José Luis Martín— però, a més, va viure en un món de bons i dolents, de demòcrates i antidemòcrates. Als anys vuitanta i noranta, tot es va anar complicant i van anar apareixent més grisos, més matisos. I ara, de nou, hem tornat a un món de blanc i negre, una època molt semblant a la que en Perich va dibuixar". El pare de Quico el Progre admet, però, que ha canviat la percepció dels autors sobre el que fan: "Els humoristes dels anys setanta estaven con-

vençuts que la seva feina anava destinada a canviar el món. Amb el temps, ens hem fet més lúcids, més cínics i hem descobert que això no és tan fàcil, si bé seguim assenyalant les coses que no ens agraden".

Joan Tharrats, però, és crític amb certs dibuixants actuals: "Avui dia pots dir el que vulguis i hi ha molts humoristes que utilitzen l'insult i, en el fons, no diuen res. En Perich no insultava mai i, en canvi, et deia les coses clares".

ESTATUS MÉS BAIX

Fer recorda quan va conèixer en Perich: "Vaig anar a casa seva i l'havien detingut els grisos per un acudit que deia "Lo más 'in' que tenemos en España es la justicia". Per la seva part, Martín recorda com l'autor d'*Autopista* anava cada dia a *La Vanguardia* amb tres acudits: "Tenia un estatus i tan sols els entregava al director o als sotsdirectors, amb qui els discutia i se'n quedaven un".

D'altra banda, Alfons López destaca que Perich, Chumy Chúmez i Cesc canviaren l'humor de la postguerra, deixant enrere el costumisme condescendent imperant. "Els trenquen amb tot això", afirma. "Era l'home adequat en el moment oportú", afegeix Romeu.

Ara, ja no hi ha els grisos, encara que l'estatus dels dibuixants no és el mateix. "Quan jo era jove la gent mirava el diari per veure què deia el dibuixant. Això ja

"HEM TORNAT A UN MÓN DE BLANC I NEGRE, UNA ÈPOCA MOLT SEMBLANT A LA QUE EN PERICH VA DIBUIXAR" JOSÉ LUIS MARTÍN

no passa", es lamenta *Fer*. "Les empreses prescindeixen de nosaltres perquè ja no els fem falta com els hi fèiem abans", es queixa en Romeu.

"No crec que sigui això, —puntualitza Martín— el que passa és que els mitjans

de comunicació perden diners i manen els gerents en lloc dels directors. Això és un canvi absolut. Ara a l'espai on abans hi havia un dibuix hi posen una foto més gran o una mica més de text". "El que han canviat han estat les empreses, no tant la percepció del públic —apunta López. No ens hem de fer grans il·lusions, però crec que encara som un petit referent. Alguns hem vist els nostres acudits reproduïts en manifestacions com les del 15-M".

"El dibuixant ha baixat una mica l'estatus —admet Martín. La gran tasca d'en Perich és que va començar a dir coses quan ningú s'atrevia a fer-ho. Les primeres coses contra el franquisme es van fer a través de l'humor. Primer, en l'humor esportiu del *Barrabàs* i, després, en l'humor polític i gamberro de mitjans com *El Papis*. Però era un monopoli dels humoristes gràfics i ara ha deixat de ser-ho". En aquest sentit, Tharrats assegura que "els temps no són comparables. Actualment, en Perich no seria tan socialment rellevant per tota la infraestructura de Twitter, Facebook, etc., en què tothom es creu graciós i, per tant, tot queda esbravat".

CENSURES I PRESSIONS

La censura és una altra diferència respecte als temps actuals, tot i que els dibuixants admeten pressions. "Després de trenta-tres anys fent cada dia un acudit a *El País*, em van fer fora per un acudit contra el sionisme, perquè el nou propietari del diari era jueu. Als tres mesos vaig anar al carrer. Per tant, hi ha una censura, però és una censura d'empresa. Ara no t'envien al jutjat, sinó un quitança", explica Romeu.

"Ara hi ha una censura de tipus comercial —afegeix López. Si fas un acudit contra Telefónica i s'anuncien al diari, l'acudit no es publicarà. "Abans, la censura era més de policies amb porra, quasi còmica i naïf, fins i tot divertida, en què havies de buscar-li la doble volta", afirma Faro. "En



canvi, —prosegueix— l'actual és de coll blanc i no dona la cara. A Tarragona, tenim petroquímiques que saben que si s'anun-

"LA CENSURA ACTUAL ÉS DE COLL BLANC, ÉS LA MÉS MAQUIAVÈL·LICA I EFECTIVA DE TOTES"

ANDREU FARO

cien als diaris aconseguen la censura més maquiavèl·lica i efectiva de totes".

PELL MASSA FINA

A més de les pressions empresarials, un dels problemes amb què topen els dibuixants són els ciutadans mateixos. "La democràcia ha comportat que tothom tingui la pell més fina. Si fas un acudit sobre taxistes se't queixa el gremi de taxistes", es lamenta Tharrats. "Un cop vaig fer un acudit dient que un paio era un cafre, una expressió que sempre utilitzava el capità Haddock, i vaig rebre dues-centes cartes defensant-me el poble cafre de l'Àfrica!", va lamentar-se Romeu. En el mateix sentit apunta Andreu Faro: "Tampoc no podem fer acudits contra dones perquè ens diuen sexistes, però pots fer tots els que vulguis contra els homes. I també han desaparegut els acudits sobre gais, ja no pots fer-ne! Ni de gitanos!".

Miquel Ferreres recorda com a *Público* —"que passava per ser un dels diaris més progressistes"— li van censurar un parell

d'acudits. En un es veien les filles de Zapatero vestides de gòtiques (tal com van aparèixer quan van anar a la Casa Blanca) i l'altre, els responsables del mitjà no van publicar-lo perquè podia alimentar els rumors d'una suposada homosexualitat de Rajoy. Malgrat

totes aquestes pressions i censures, en *Kap* defensa el fet d'anar a la contra: "Els humoristes hem de ser políticament incorrectes. Va amb la l'ADN de la professió".

PARADIGMA DIGITAL

Un altre punt de la conversa tenia a veure amb l'oceà digital, arran de l'aparició d'Internet i les xarxes socials, i el fet que dibuixants aficionats ofereixin la feina als mitjans sense intenció de cobrar. "Quan a *El Jueves* publiquem una col·laboració al web, els autors ho veuen com un honor i no se'ls passa pel cap cobrar-la. En el cas del paper, no ho admetrien mai", explica Martín. "És la cultura del bloc", argumenta lacònicament Tharrats.

Suposa això una competència real per als professionals? "No, perquè faran un dibuix de tant en tant, però no un cada dia i que funcioni", minimitza Ferreres. "Ens afecta perquè a la Xarxa hi ha molt d'humor, —assegura Martín— si bé no és tan greu com en el cas de periodistes i fotògrafs perquè hi ha aficionats que escriuen i fo-

tografien molt bé encara que, per sort, no n'hi ha massa que dibuixin molt bé".

Malgrat la quantitat d'informació que es troba actualment als mitjans, la crisi ha provocat una uniformització en les notícies. Segons *Kap*, ens trobem "en un moment en què molts textos i fotografies són d'agència i els mitjans estan publicant coses molt semblants. En canvi, l'acudistaire és únic. Encara que tots féssim un acudit sobre el mateix, cadascun seria diferent. Amb tot, els mitjans no valoren prou aquest potencial, aquesta marca d'identitat". "La lògica —admet Martín— diu que els mitjans s'han de diferenciar, però hi ha un problema de diners".

"De tota manera, tot i que la nostra importància dins el diari ja no és tan elemental, continua sent una imatge de marca. Prova d'això és que, malgrat que paguen poc, de seguida et demanen l'exclusivitat", assegura López.

El nou paradigma i el debat paper/digital no sembla preocupar els dibuixants. "Estem fent una transició, un canvi de suport. Personalment, no em preocupa. El que em preocupa és que ens llegeixin i ens paguin un sou decent", admet López.

En aquest sentit, *Kap* admet que "la transició pot ser dura, però sent egoistes, la nostra feina, que és imatge, breu i lúdica, és el contingut ideal per a la Xarxa, on tot és imatge, breu i lúdic. Per tant, és fàcil



d'adaptar-nos a Internet". "El que s'ha de trobar –afegeix– és que aquest nou paradigma sigui rendible".

La rendibilitat, però, és difícil amb la gratuïtat imperant a la Xarxa, on la gent comparteix informació sense importar-li si l'autor hi està d'acord. "Quan feia la tira d'en Quico a *El Periódico* ho volien perquè se suposa que portava gent. Ara els mateixos diaris conviden a compartir el dibuix a nivell digital", afirma Martín.

"Abans si volies llegir en Quico el Progrés –recorda l'*Avi*– t'havies de rascar la butxaca i comprar el diari. Ara tots ens pengem

compri el diari per llegir-nos, perquè ja ho tenen gratis a Internet. S'aixequen al matí i, des de casa, poden veure a la Xarxa tots els humoristes".

EL PITJOR MOMENT

També coincideixen els dibuixants en el mal moment del sector. "És el pitjor moment en vendes de diaris i revistes, però no crec que siguem diferents de la resta de companys de premsa. Tots estem pitjor", afirma López. "Els que realment estan fotuts són els que no publiquem perquè han tancat la seva capçalera. I això és una loteria", afegeix Kap.

"ÉS MOLT IMPORTANT QUE HI HAGI UN PERIODISME CREÏBLE I RIGORÓS PERQUÈ L'HUMOR TINGUI MOLTA MÉS FORÇA I PUGUI FER EL CONTRAPUNT" *KAP*

l'acudit del paper a la pàgina web. Fins i tot recordo una carta al director d'un lector queixant-se que al web d'*El Punt* no actualitzaven la columna d'en Tharrats! Coi, que es compri el diari!".

"A vegades –afirma el mateix Tharrats– penso a penjar el dibuix a Internet i m'adono que ja fa tres hores que algú que no conec ja ho ha fet". "A Internet, veig molt mala solució en el sentit que la il·lustració és gratis i, de seguida, tothom està piulant-ho", critica Jordi Duró. "Per tant, –conclou l'*Avi*– és estrany que algú

cundari. Ara ja fa anys que treballem, però tots hauríem començat gratis. A la premsa local, conec gent amb il·lusió, ganes, talent i energia treballant per quatre duros. I ho continuen fent perquè darrere hi ha la passió d'un nen que somiava amb escriure i un altre que somiava amb dibuixar. Però els propietaris dels mitjans saben que tenim això escrit als gens i ens collen".

"La nostra és una professió en què tothom sempre ha anat molt per lliure –critica Kap– i aquest individualisme ens ha fet mal. Si haguessim estat més units, com

els fotògrafs, seríem més forts". En Kap apel·la a un major sentiment gremial i a treballar amb els periodistes per uns continguts de qualitat. "Com més seriós i rigorós és el periodisme, més força té l'humorista. L'humorista no pot fer la guerra ell sol, l'ha de fer des de dins dels mitjans. Per això és molt important que hi hagi un periodisme creïble i rigorós perquè l'humor tingui molta més força i pugui fer el contrapunt. En canvi, quan tot el diari és un acudit, ficar-hi una viñeta és redundant", afirma.

Per a Manuel Puyal, el present és dur ("cada cop hi ha menys quioscs i no veig que Internet sigui el futur perquè la publicitat no hi entra. És un panorama bastant precari") i, per això, veu que l'única sortida passa, ineludiblement, per la qualitat. "Hem de fer-ho cada vegada millor i esperar a veure què passa", afirma. Jordi Duró també aposta per aquest camí. "Enmig de la sobreinformació de la Xarxa, la figura cada cop costa més de trobar al diari el que dona una opinió de qualitat i, per tant, cada cop té més valor. Sens dubte, el futur està en la qualitat", afirma. "I en un parell de parenostres", afegeix, tot seguit Puyal, amb un toc d'humor. Ç

Més informació a:

www.fundaciongin.org Fundació Gin Autopista, de Jaume Perich (Crítica, 2012)

+ info

Dossier
Periodisme científic



POSEU PERIODISTES CIENTÍFICS A LES REDACCIONS

Anàlisi d'una especialitat
que ha d'afrontar diferents reptes

Els periodistes científics informen de temes que poden tenir un impacte sobre la ciutadania però, tot i així, han de lluitar contra la pseudociència, les pressions de diverses empreses, han de saber discernir el noticable dins una gran immensitat de fonts i fer llegible el complex llenguatge científic, entre altres coses. En aquest article, la periodista científica del diari *Ara* analitza tots aquests factors.



TEXT MÓNICA L. FERRADO
FOTOS DOSSIER SERGIO RUIZ

Científics que cometen fraus. Moviments que construeixen teories conspiranoiques entorn a descobriments científics ben reals. Pseudociències disfressades d'argot científic. I farmacèutiques que per vendre més volen utilitzar els mitjans per construir falses malalties. Aquests són alguns exemples d'informacions que el periodista científic ha d'afrontar amb unes bones dosis de coneixement per no empassar-se algun ham enverinat. Si a les redaccions hi ha periodistes especialitzats en política, economia i esports, el periodista científic hauria de ser un company més. Per què, doncs, a moltes redaccions amb prou feines n'hi ha un, o fins i tot cap?

Sovint es tracta de temes que afecten directament les persones. Per una banda, perquè la recerca es finança en gran part amb diners públics. Per l'altra, perquè els avenços dibuixen el món del futur. Podrà la sanitat pública pagar els tractaments que es derivaran de la recerca en teràpies genètiques i cel·lulars que avui s'investiguen als laboratoris? Quins són els riscos reals dels aliments transgènics? "El periodisme científic és essencial per exercir una millor democràcia", apunta Vladimir de Semir, director de l'Observatori de la Comunicació Científica (OCC) i impulsor del desaparegut suplement de ciència de *La Vanguardia*, el primer que hi va haver a Catalunya. I potser perquè és essencial tenen seguiment. "Les informacions de ciència a les seccions generals tenen major impacte que als suplementos", diu Antonio madrideo, responsable de ciència d'*El Periodico*. "A Internet són de les notícies més visitades" afegeix,

UNA ESCLETXA OBERTA

El buit de coneixement científic és una escletxa que aprofiten alguns sectors, com per exemple els pseudocientífics que utilitzen la física de partícules per vendre els seus serveis d'autoajuda o teràpies alternatives sense fonament. "Donat que el periodisme té una funció de servei públic, el primer pas és "destriar el que és coneixement científic del que és pseudociència,

les informacions motivades per interessos comercials i disfressades de solvència científica", afirma Milagros Pérez Oliva, redactora en cap d'*El País* que ha cobert durant anys informacions científiques.

Les hemeroteques són plenes de casos d'estafadors que han intentat vendre als mitjans des d'elixirs d'ou que donen la vida eterna, fins a grans operacions de màrqueting amb reputats científics implicats, per tal de medicalitzar alguns àmbits de la vida. Pérez Oliva en recorda una: les notícies favorables a la teràpia hormonal substitutòria, la medicalització d'una etapa de la vida per la qual tota dona acaba passant, la menopausa. Va ser a les portes dels anys 90 quan els caps d'obstetrícia de diversos hospitals catalans recomanaven el tractament a totes les dones majors de 55 anys i durant un període de 15 anys. Tant ella com molts altres periodistes van cobrir la notícia, que va anar precedida d'una àmplia controvèrsia sobre si calia o no. Deu anys més tard, es va haver d'interrompre un gran assaig amb aquests fàrmacs perquè era clar que els efectes secundaris, com ara ictus o càncer de mama, eren molt majors que els beneficis. "Sempre cal estar alerta perquè encara que siguin metges o científics la font pot estar contaminada", conclou Pérez Oliva.

Això passa en totes les disciplines. En medicina, però, les golejades tenen una repercussió encara més gran. "Es tracta de

A LES REDACCIONS HI HA ESPECIALISTES EN POLÍTICA, ECONOMIA I ESPORTS, PERÒ AMB PROU FEINES HI HA UN PERIODISTA CIENTÍFIC

temes que afecten molt de prop la gent", explica Xavier Duran, director del programa *El Medi Ambient* de TV3, que sovint assessora els companys d'Informatius i altres programes. Quan apareix alguna notícia relacionada amb una possible curació del càncer o de l'Alzheimer sempre hi ha malalts i familiars que hi veuen un raig de

llum i truquen a les redaccions demanant contactes. També provoquen reaccions les informacions sobre presumptes perills ambientals que no tenen darrere ni una ombra d'evidència científica. "Tot plegat, pot crear pors injustificades", afirma Duran.

Cas apart són fraus com el del doctor Hwang, que va anunciar que havia aconseguit la clonació humana quan el seu treball era ple d'irregularitats i no era cert. En aquest cas, va enganyar els mitjans de comunicació que van cobrir la seva troballa, però també els científics. I és que la jerarquització de la validació del coneixement científic no és infal·lible.

També és freqüent que en un mateix mitjà convisquin el rigor amb la veu dels pseudocientífics. És el cas de *La Vanguardia*, que el 2012 va rebre el Premi Nacional de Recerca en reconeixement a la seva aportació al periodisme científic, alhora també va rebre una queixa formal de l'Associació Catalana de Comunicació Científica (ACCC) per publicar regularment a *La Contra* entrevistes amb persones que promocionen les pseudociències.

EL GEN DE LA SETMANA

A les redaccions arriben cada dia un bon grapat d'informacions científiques que cal destriar. Una part d'aquest allau ve de gabinets de comunicació. Una altra, de les revistes científiques, el canal que fan servir els investigadors per donar a conèixer al món els resultats de les recerques. "No hi ha cap especialitat periodística amb tantes fonts d'informació acreditades, hi ha més de 200.000 revistes científiques censades per la UNESCO", explica De Semir.

Cal conèixer, però, quines revistes són les més rellevants en cada camp de la ciència i els congressos més importants. I també valorar si allò que per als científics és molt

MAPA DE LA COMUNICACIÓ CIENTÍFICA

A Espanya, hi ha 150 periodistes científics en plantilla o freelance que treballen com a col·laboradors habituals, segons les dades preliminars d'un estudi que està duent a terme la Universitat Pompeu Fabra. Alguns estan a càrrec dels temes científics a informatius, d'altres, uns pocs, treballen a programes i espais especialitzats.

Els espais especialitzats als mitjans són els següents:

REDES

La 2

Programa de divulgació científica presentat i dirigit per Eduard Punset (foto) que s'emet el diumenge a les 21.30 h a La 2 i el dijous a les 15.00 h al Canal 24 horas. El passat 19 de maig, va emetre el programa 600.



EL MEDI AMBIENT

TV3

Amb vint-i-un anys en antena, és el veterà dels programes de divulgació a TV3. Dirigit per Xavier Duran (foto), s'emet de dilluns a divendres a les 14.20 h. El 30 de maig va emetre el programa 5.000. El 2012, es va acostar al mig milió d'espectadors de mitjana.



ESPAI TERRA

TV3

Programa, dirigit i presentat per Tomàs Molina, de divulgació i informació de la natura, meteorologia i el medi ambient. S'emet de dilluns a divendres a les 19.55 h.



TELEVISIÓ

Les televisions públiques, TV3 i TVE, són les úniques amb programes especialitzats. Les privades no en tenen cap.

DINAMIKS

Super3

Programa de divulgació científica per a nens i adolescents que s'emet cada dissabte a les 10.20 h. Presentat per Dani Jiménez (foto), tracta de ciència recreativa i es donen claus als espectadors per experimentar ells mateixos a casa.



EL ESCARABAJO VERDE

La 2

Veterà programa (a la foto, l'equip) de documentals sobre medi ambient i ecologia. S'emet el divendres a les 18.30 h i el diumenge a les 13.30 h.



QUÈQUICOM

C33

Programa de divulgació científica que s'emet el dimarts a les 22.00h al 33. Dirigit per Jaume Vilalta (foto), a cada programa es tracta un tema amb reportatges i, a plató, amb experiments i metàfores que introdueixen els reportatges i amplien conceptes clau.





AGÈNCIA DE NOTÍCIES SINC
 Servei d'Informacions i Notícies Científiques sobre ciència tecnologia i innovació sota el paraigua de la Fundació Espanyola per a la Ciència i la Tecnologia (FECyT)

@EFECIENCIA I @EFEVERDE

Perfils a Twitter a través dels quals EFE difon informacions sobre ciència i medi ambient.

MATÈRIA
 esmateria.com

Servei de notícies científiques format per antics periodistes científics del diari *Público*.

RNE

A hombros de gigantes Programa setmanal sobre ciència que s'emet el dilluns a la una de la matinada. Dirigit i presentat per Manuel Sara (a la dreta de la foto, amb un convidat)



@EP_CIENCIA

Perfil a través del qual Europa Press difon les informacions de ciència.

ARA

Compta amb el suplement Ara Ciència, que apareix cada diumenge amb quatre pàgines que contenen espais d'informació i divulgació.



RAC1

Versió RAC1
 Cada dijous, a les 16.40 h, s'emet l'espai Ciència per a dummies amb Josep Corbella i Daniel Arbós.

EL PERIÓDICO

Cada dilluns disposa d'un espai dedicat a la ciència que dirigeix Antonio Madrideojos. I el segon dimarts de cada mes publiquen el suplement + Salud.

RÀDIO

A la ràdio, hi ha pocs programes especialitzats. Alguns magazins, però, inclouen una secció de ciència.

RAC1

Via Lliure
 Cada dissabte, a les 12.40 h, s'emet l'espai de divulgació científica.

PREMSA

Molts suplement de diaris han desaparegut. Alguns conserven pàgines especialitzades, però no surten regularment. Part dels continguts es cobreixen al web, sovint amb materials d'agència.

RAC1

El món a RAC1
 Cada dimecres al matí Josep Maria Mainat (foto) analitza des de *Pensament (Mainat) positiu* la ciència des d'un punt de vista optimista.



RNE

Ciència al cubo
 Càpsules sobre ciència que es difonen de dilluns a dijous a les 15.42h i que dirigeix América Valenzuela.

EL PAÍS

Compta amb seccions especialitzades dos cops a la setmana. Salud, una pàgina cada dimarts i Futuro, una pàgina el dijous.

ELS PIONERS

El periodisme científic agafa molta força després de la Segona Guerra Mundial, quan el món queda dividit entre la Unió Soviètica i els Estats Units i comença la guerra freda. Aleshores es vol demostrar que el model econòmic, social i polític d'uns i altres és millor, i ho basen en els reptes tecnològics, en la carrera per la bomba atòmica, en la cursa espacial i en altres avenços. Un gran periodista del *New York Times*, John N. Wilford, ha arribat a afirmar: “Jo sóc periodista científic gràcies al llançament de l'*Sputnik*”.

La primera secció de Ciència, estructurada, apareix a l'octubre de 1978 al *New York Times*. En el cas del periodisme ambiental, es podria considerar com a precursora la biòloga Rachel Carson, que el 1962, va publicar el llibre *La primavera silenciosa*, va concebre una manera diferent d'apreciar i aprendre sobre la natura. I d'explicar-la. És el primer conflicte mediambiental amb molts interessos pel mig i un impacte mediàtic.

PRIMER SUPLEMENT

La Vanguardia va comptar amb els primers espais dedicats a ciència. Era divulgació, però van obrir pas al que va venir després, explica De Semir. A partir de final del segle XIX, hi escrivien l'astrònom Josep Comes i Solà, el químic Miquel Masriera i el metge Lluís Dauí, el primer que va aconseguir una secció fixa. El 1982, en Vladimir de Semir va començar a cobrir la informació científica a *La Vanguardia*. Abans, havia treballat a la secció de Política catalana. Havia fet els primers cursos de la carrera de Matemàtiques. El suplement de ciència es va crear el 1982 i tancà el 1999. Aquesta desaparició motivà diferents mostres de protesta.

TELEVISIÓ

A la televisió, el pioner de la comunicació científica va ser el químic Lluís Miravittles, que a TVE va dirigir i va presentar diferents programes des de 1959 fins a 1971. Va ser el comentarista que va retransmetre l'arribada de l'home a la lluna.

important, perquè ho ha publicat en una revista de les més importants, realment és una informació d'interès per al públic general. No tot el que és rellevant per als científics ho és periodísticament. “La ciència té una maquinària de propaganda molt desenvolupada i hi ha recerques que es tracten com grans temes d'interès global quan no ho són”, afirma Michele Catanzaro, físic i periodista científic que col·labora com a freelance a *El Periódico*, *Nature*, *Science* i *The Guardian*.

Aquests són els canals acreditats, avalats per la comunitat científica. Amb tot, també hi ha els que se surten de la convenció. Com, per exemple, les clíniques privades que llancen informacions trivials, però

amb ganxo, per guanyar prestigi i clients (com posar música durant les fecundacions in vitro per tenir més embrions viables). O grups amb una ideologia concreta entorn a temes controvertits, com l'avortament, les vacunes o el canvi

EL BUIT DE CONEIXEMENT CIENTÍFIC ÉS APROFITAT PER PSEUDOCIENTÍFICS QUE VENEN ELS SEUS SERVEIS D'AUTOAJUDA O TERÀPIES ALTERNATIVES

climàtic. “El periodista científic té els elements per saber distingir la informació no rigorosa i absolutament esbiaixada i per jerarquitzar la informació segons el valor de les fonts”, assegura Pérez Oliva.

“No poden estar al mateix nivell els 1.500 científics que formen part del Panell Intergovernamental sobre el Canvi Climàtic (IPCC) que els pocs científics que qüestionen la teoria del canvi climàtic”, afegeix. Sovint, les fonts externes a l'*establishment* científic utilitzen titulars sucosos. El 1997, la portada de *Diario 16* deia: *LA SIDA no existeix*. Es basava en informacions del grup Cobra, dissolt el 1999 i absorbit per Plural 21, que encara impulsa activitats en la mateixa línia. “Aprofiten el buit perquè els seus arguments sempre són més escandalosos i les conspiracions sempre venen més”, afirma Gemma Revuelta, sotsdirectora de l'Observatori de la Comunicació Científica.

LOST IN TRANSLATION

La complexitat del llenguatge científic casa malament amb el llenguatge periodístic. Per això, el periodista ha de saber “traduir” els resultats de les recerques. Es tracta de trobar com fer fàcil al lector el més difícil. “En altres especialitats, encara que no en sàpigues, amb un sobre esforç pots sortir-te'n, del pas; en periodisme científic, si no tens un coneixement de base aquell dia no te'n surts”, diu Pérez Oliva.

No és estrany trobar científics escarmenats amb titulars que no s'adiuen amb els resultats que han aconseguit o amb dades que no s'ajusten a la realitat. Un altre dels valors del periodista científic és que s'ha escarrassat per guanyar-se la confiança dels científics. No és estrany que algun investigador escarmentat es negui a parlar amb la premsa, o triï tan sols

uns periodistes en els quals confia a l'hora de difondre'n els treballs. “En general, entre periodistes científics i científics hi ha una bona relació,

sempre que hi hagi un treball conjunt. Hi ha científics que s'expliquen molt bé, encara que també, de vegades, tu tens la feina d'extreure'n la informació”, afirma Duran.



Un altre dels temes de discussió sobre l'especialitat és si el periodista científic ha de ser periodista o científic? “Està bé

NO HI HA CAP ESPECIALITAT AMB TANTES FONTS ACREDITADES. HI HA MÉS DE 200.000 REVISTES CIENTÍFIQUES CENSADES PER LA UNESCO

tenir una formació bàsica especialitzada”, afirma Vladimir de Semir, amb divuit anys al capdavant del màster de Comunicació Científica de la UPF: “Hi ha científics que ho fan molt bé i periodistes que fan un periodisme científic excel·lent”. En definitiva, cal coneixements científics i ofici periodístic. “Amb la formació accelerada el procés, tens el *know-how* de bons professors”, afirma Gemma Revuelta, codirectora del mateix màster.

Dins del periodisme científic, sovint hi ha especialistes en les grans àrees de treball: biomedicina, ciències en general, medi ambient i tecnologia. La informació ambiental, en què les ciències socials tenen

un paper molt més important, té una dinàmica particular. També la biomedicina, en què a més de la recerca hi ha en joc qüestions bioètiques i històries humanes molt potents.

Aquests darrers anys, cal afegir-hi, a més, nocions d'economia, atès l'ascens de científics que s'han convertit en emprenedors perquè les seves troballes es transformin en riquesa i arribin al ciutadà. També tenen dinàmiques i fonts pròpies les informacions sobre ciències com l'espai, les matemàtiques o la paleontologia. I, per suposat, la tecnologia. Alguns mitjans —pocs— tenen més d'un periodista científic, avesat en algun d'aquests grans àmbits.

Un altre debat és quina dosi de divulgació hi ha d'haver en les informacions. “Són fronteres que es toquen molt, des d'un punt de vista discursiu, la divulgació recontextualitza un coneixement”, assegura De Semir, qui defensa que aquesta divisió es dilueixi. Pérez Oliva apel·la al paper formador dels mitjans: “No són conscients del seu gran potencial com a transmissors del coneixement”. En aquesta línia, Catanzaro conclou: “El meu lema és que cal més ciència en el periodisme general i més periodisme en el periodisme científic. No val que les pàgines de ciència dels diaris siguin un coto perquè a la pràctica se'n faci divulgació. Igual que en altres camps, es publiquen i es debaten temes conflictius, amb diferents opinions, amb polèmica, aquest criteri també s'hauria d'aplicar a la ciència”. Ç

Més informació a:

[acc.cat](#) → Associació Catalana de Comunicació Científica (ACCC)
[occ.upf.edu](#) → Observatori de la Comunicació Científica (OCC)

+ info

Dossier
Periodisme científic



TOCATS PER LA CRISI

Un estudi mostra com la delicada situació econòmica colpeja el periodisme científic, malgrat l'interès que suscita

Les enquestes d'opinió situen molt sovint la recerca científica entre els temes que més interessen els ciutadans i, en canvi, la informació científica i els periodistes especialitzats en aquests temes mai no han ocupat un lloc prioritari als mitjans de comunicació. Ara, la crisi amenaça amb reduir encara més el paper dels periodistes científics fins a convertir-los en una mena d'espècie en perill d'extinció.



TEXT JOAQUIM ELCACHO

Quan es fan retallades, els periodistes científics són dels primers a rebre perquè molts mitjans continuen veient aquest tipus d'informació com un element decoratiu, “una mena de gerro bonic, que tothom vol tenir a casa –o al seu mitjà de comunicació en aquest cas. Ara bé, ningú hi vol invertir diners”, segons explica una de les professionals entrevistades en el primer estudi que tracta d'analitzar la realitat actual d'aquesta especialitat periodística a l'Estat espanyol. *L'Estudi sobre els efectes de la crisi en la informació de ciència en els mitjans. Què opinen els periodistes científics?*, dirigit per Sergi Cortiñas, professor i investigador del departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), s'emmarca en el projecte competitiu de R+D+i *El periodisme científic a Espanya i les noves tecnologies de la informació: mapa de situació i propostes d'actuació per millorar els processos comunicatius*, finançat pel Ministeri d'Economia i Competitivitat. L'estudi es basa en entrevistes realitzades durant el 2012 a 49 periodistes dedicats a temes de ciència, medi ambient o tecnologia, i ofereix una visió prou clara dels efectes de la crisi en l'exercici d'aquest tipus de periodisme especialitzat.

La primera conclusió de l'estudi és que “ens trobem en un moment de gran re-

trocés per al periodisme científic”, explica Sergi Cortiñas. La crisi està colpejant aquesta especialitat periodística en tres aspectes principals com són la baixa del nombre de professionals en exercici als mitjans de comunicació, la baixada de les retribucions tant dels professionals en plantilla com dels col·laboradors o freelance i, finalment, la disminució del temps que poden dedicar a l'elaboració de la informació.

La disminució del nombre de suplementes dedicats a aquest tipus d'informació en la premsa diària o la desaparició de revistes i programes de ràdio són exemples d'una tendència molt poc engrescadora.

EL PERIODISME CIENTÍFIC VIU UN GRAN RETROCÉS. LA CRISI ESTÀ COLPEJANT ELS QUE ES DEDIQUEN A AQUEST TIPUS D'INFORMACIÓ

Mònica López Pérez, qui va ser directora de programes desapareguts de ComRàdio –ara La Xarxa– com *La Malla Ràdio*, *Eureka!* i *Sapiència*, és una de les periodistes que ha viscut l'efecte de les retallades. “La precarització que els últims anys afecta la comunicació científica en la premsa escrita ja fa temps que la vivíem a la ràdio”,

explica després de més d'una dècada fent programes sobre ciència. “Els responsables dels mitjans no comprenen que els temes de ciència són prioritaris per al conjunt de la societat, ni tan sols quan tenen bones audiències, com passa sempre amb els temes de salut; per això, quan arriben les retallades els programes de ciència estan entre els primers que queden afectats”, resumeix López, actualment directora de la productora de continguts de comunicació científica Sapiens LAB.

Molts periodistes han perdut el lloc de treball als mitjans de comunicació i els que hi sobreviuen tenen cada vegada menys recursos i menys temps per exercir.

Si més no, aquesta és la seva percepció: un 35% dels periodistes enquestats en l'estudi dirigit per Sergi Cortiñas indica que en els últims cinc

anys la càrrega de treball com a periodista científic ha augmentat molt, mentre que un 29% afirma que la pressió ha augmentat una mica.

La falta de personal i de temps s'agreuja encara més per la falta d'espai per publicar temes de ciència. Marta Ciércoles,

UN ESTUDI REALITZAT AMB QUARANTA-NOU ESPECIALISTES EN CIÈNCIA, MEDI AMBIENT O TECNOLOGIA MOSTRA EL DELICAT MOMENT ACTUAL

periodista d'*El Punt-Avui*, explica un dels mecanismes concrets de la precarització del periodisme científic. “La crisi i les retallades han afectat molt el sector sanitari a Catalunya i els periodistes de l'especialitat ens hem hagut de dedicar durant els últims temps a informar d'aquest problema social i polític deixant una mica de banda la informació més estrictament científica, com poden ser, per exemple, els avenços en la medicina”, detalla.

Un efecte diferent de la crisi és el que implica la butxaca dels periodistes. Segons l'estudi, més de la meitat del periodistes especialitzats en ciència reconeixen que els han retallat el sou durant els últims cinc anys (un 32% indica que cobra ara una mica menys que abans i un 21%, que cobra molt menys), mentre que un 23% diu que no s'hi han vist afectat i un 4% de privilegiats ha vist com augmentava.

Tot fa pensar que la suma de factors negatius que afecten la professió passaran factura al periodisme científic. Així, per exemple, segons l'estudi sobre la realitat del sector, un 71% d'enquestats està “totalment d'acord” amb el fet que l'actual tendència dels mitjans a limitar recursos afectarà la qualitat de la informació científica” i un 20% hi està “d'acord”.

Paral·lelament, la qualitat de la informació científica pot quedar afectada també per allò que Sergi Cortiñas denomina *vampirització* de periodistes especialitzats en temes de ciència, que marxen a treballar, per exemple, a gabinets de comunicació d'institucions o empreses privades, mentre que el seu lloc a les redaccions queden coberts per periodistes novells o becaris.

Joan Carles Ambrojo, periodista especialitzat en tecnologia i ciència des de fa gairebé tres dècades, considera que els mitjans de comunicació estan substituint els periodistes especialitzats en ciència per informacions recollides directament de

LA DISMINUCIÓ DELS SUPLEMENTS O LA DESAPARICIÓ DE REVISTES I PROGRAMES DE RÀDIO, EXEMPLES DE LA TENDÈNCIA A LA BAIXA

les agències de premsa, de les publicacions científiques, de les notes de premsa de les institucions o de persones novingudes que escriuen gratuïtament per aconseguir visibilitat. Entre altres mitjans, Ambrojo va treballar durant quinze anys com a redactor i col·laborador d'*El País* i, actualment, exerceix com a freelance i reporter multimèdia per a diversos mitjans

i entitats perquè, “el futur d'aquesta especialitat és molt difícil si només busquem guanyar-nos la vida publicant en els mitjans de comunicació tradicionals”. “Els bons temps comencen a quedar lluny i cal reinventar-se”, resumeix.

LA FI DELS BONS TEMPS

Certament, es pot considerar que l'època daurada del periodisme científic al nostre país es va produir en les dècades de 1990 i 2000, coincidint amb moments de creixement econòmic i certa bonança en els mitjans de comunicació, segons el balanç històric que fa Gonzalo Casino, en exercici com a periodista científic des de 1986.

Entre moltes altres ocupacions, entre 1998 i 2009, Casino va coordinar les pàgines i el suplement de

salut d'*El País* i recorda que, “en els bons temps, hi va arribar a haver mitja dotzena de periodistes dedicats a temes de ciència” en la plantilla d'aquest diari.

La primera dècada d'aquest segle va suposar la consolidació de l'especialització en periodisme científic i tot seguit van arribar els efectes de la crisi. “Les pàgines



El Síncrotró Alba, un equipament de recerca a nivell europeu, està ubicat a Cerdanyola del Vallès i és el primer laboratori de llum del sud-oest d'Europa.

dedicades a ciència i salut es van començar a encongir a Espanya cap al 2009–2010, tal com havia passat un parell d'anys abans a Estat Units i està passant en molts altres països”, explica Casino, per a qui “el periodisme científic és una de les especialitats més damnificades per la crisi dels mitjans de comunicació en part perquè és un periodisme car, que necessita disposar de periodistes molt ben formats”.

La gran paradoxa és que ara que ens trobem en l'era amb més possibilitats tècniques i oportunitats tecnològiques per fer periodisme científic però la realitat d'aquesta especialitat als mitjans de

comunicació és cada vegada més negativa, destaca Sergi Cortiñas. “Els periodistes veterans troben a faltar les dècades de 1980 i 1990, mentre que els joves tracten d'adaptar-se a les noves circumstàncies amb projectes innovadors que no acaben de tenir models de negoci clars”, indica el professor de la UPE.

Tot i les evidents dificultats per fer viables els nous projectes, el futur passa necessàriament per, “renovar i enfortir el periodisme científic a través del desenvolupament de projectes propis, que supleixin l'escassetat de places professionals que en aquest àmbit estan oferint

els mitjans tradicionals”, destaca l'apartat de conclusions de l'estudi coordinat des de la UPE: “Som gent molt vocacional, ens agrada fer el que fem i si no podem fer-ho en els mitjans de comunicació tradicionals a causa de la precarietat, buscarem la manera de fer-ho per altres sistemes i en altres llocs”, conclou un dels periodistes científics entrevistats. Ç

Dossier
Periodisme científic



NOUS MODELS A L'ALÇA

L'era digital transforma el periodisme
científic i la divulgació

El paradigma que ha provocat l'aparició i la consolidació d'Internet ha transformat la professió i el periodisme científic també se'n veu afectat de ple. En aquest article, Cristina Ribas, presidenta de l'Associació Catalana de Comunicació Científica i professora de Periodisme i comunicació digital a la Universitat Pompeu Fabra, analitza els canvis que s'hi estan donant en els darrers temps.



TEXT CRISTINA RIBAS

La divulgació de la ciència es una tradició que es remunta a l'època de la Il·lustració, quan els primers diaris (*The Times*, *Diario de Barcelona*, *Diario Curioso*...) reflectien els avenços de la ciència i la tecnologia de l'època. La confusió entre la feina dels divulgadors i la dels periodistes científics ve de lluny. Dorothy Nelkin en l'obra *La Ciència en el escaparate* ja mostrava als anys 80, el moment àlgid dels suplementes als mitjans de tot el món, com uns i altres volien educar el públic per sobre de tot.

És en aquesta època quan es van crear les associacions, com ara l'Associació Catalana de Comunicació Científica (ACCC), fundada el 1990, amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Avui dia, aquestes entitats agrupen periodistes i també científics que fan divulgació o comunicació des de la recerca. Ambdós perfils s'han vist profundament afectats per les noves condicions de producció i consum de la informació que ha imposat l'era digital, si bé també en relació als tipus de continguts que el públic consumeix. En distingim tres de principals:

Per una banda, la ciència com a cultura és la que intenta respondre a les grans preguntes de la humanitat: l'origen de l'univers, de la vida, de la matèria... D'una altra banda, la ciència pràctica fa referència al coneixement útil que es necessita per a la vida quotidiana i que és diferent segons el context social o cultural: com funcionen les vacunes, quins aliments són saludables, com evitar la contaminació, quines eines hi ha disponibles, etc. Sol estar vinculada a la salut, encara que molts temes ambientals i d'ús de la tecnologia també hi entren. Finalment, la ciència

social o ciutadana, és l'única que fa un balanç dels beneficis de la investigació: com i per a què es finança la recerca i quins són els resultats en termes de qualitat de vida, benestar o desenvolupament econòmic, i sovint tracta temes polèmics: la política científica, els transgènics, la medicina alternativa, les bases de l'ecologisme...

La ciència cultural ha estat sempre l'objectiu principal de la divulgació, la ciència pràctica forma part, en molts casos, de la responsabilitat de les administracions o de les empreses, encara que els mitjans també se n'han ocupat, mentre que la ciència social i ciutadana ha estat fins ara exclusivament en el focus dels periodistes.

Amb Internet, el sistema de comunicació social s'ha eixamplat i qualsevol persona o organització es pot convertir en emissor dels tres tipus de ciència per múltiples canals (publicacions, interactius, webs, blocs, aplicacions mòbils, xarxes socials...). En les nostres associacions, s'ha passat d'una majoria de professionals que treballaven en mitjans o institucions a cada cop més persones, ja siguin amateurs o autònoms, igual que en altres àmbits d'especialit-

LA MAJORIA D'INICIATIVES ALTERNATIVES SE CENTREN EN LA CIÈNCIA CULTURAL I NO PAS EN LA SOCIAL I CIUTADANA, PERQUÈ INVESTIGAR ÉS CAR

ció, que aprofiten els avantatges de la publicació en línia i la facilitat d'accés a audiències interessades.

Les tasques que li són pròpies van de la gestió de xarxes socials, com a *community*

managers, a la de continguts i estratègies de comunicació digital, ja sigui per compte d'altres (mitjans, centres de recerca, educatius o culturals) o per a negocis propis. Creixen també els projectes d'emprenedoria, alguns força innovadors, com el de La Mandarina de Newton, una iniciativa que aplica al món de la divulgació científica els enfocaments del disseny centrat en l'usuari, tot explorant les fronteres amb altres formes de coneixement, des de l'art a l'educació.

ON QUEDA EL PERIODISME?

Deixant de banda aquestes sortides professionals, la crisi està provocant una disminució en la informació rellevant des del punt de vista democràtic com en altres especialitats. La majoria d'iniciatives que es desenvolupen fora dels mitjans tradicionals, fins i tot les conduïdes per periodistes, estan centrades en la ciència cultural i no pas en la ciència social i ciutadana, perquè investigar és car i costós.

És important desvetllar notícies, entenent que notícia és allò que algú no vol que se sàpiga. En el món del periodisme en general, i en el científic en particular, la innovació al servei d'aquesta tasca avui ve majoritàriament de dues vies: el periodisme ciutadà

o participatiu, en què les audiències tenen un paper actiu, i el periodisme de dades, en què activistes i programadors extreuen coneixement de la gran quantitat d'informació que estan alliberant diferents fonts de tot tipus.



Una investigadora de l'Institut de Recerca Biomèdica (IRB) de Barcelona, un dels organismes científics més rellevants de la ciutat

Com se sol dir, el periodisme d'investigació actual, a diferència del de l'època del Watergate, ha de dedicar-se més a descobrir misteris que secrets, ja que el que hi ha és excés i no pas escassetat d'informació. El problema principal no és l'ocultació, sinó l'anàlisi i la comprensió del que hi ha.

A continuació, repassem alguns exemples de models innovadors en periodisme científic basats en periodisme participatiu i/o periodisme de dades:

Dollars for Docs, de Propublica

Recull el finançament dels metges als Estats Units per part de companyies farmacèutiques amb la col·laboració de milers de persones, pacients, que aporten informació de primera mà.

LA MAJORIA DELS PROJECTES INNOVADORS SÓN EXTERNS ALS MITJANS I ESTAN LIDERATS PER PERIODISTES I EXPERTS EN PROGRAMACIÓ

España en llamas, de la Fundació Cívica

Una aplicació que mostra els incendis forestals amb 100 o més hectàrees cremades entre els anys 2001 i 2010 (les darreres disponibles) a partir de la base de dades del Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi ambient.

El projecte Fuga2

Vol posar de manifest el flux migratori dels investigadors espanyols i ha rebut recentment un dels premis InnovaData, el repte internacional de periodisme de dades que promou el BBVA, realitzat per Elisa Vives, juntament amb Michele Catanzaro, soci de l'ACCC i membre de la Junta, i Francisco José Moya, tots tres col·laboradors d'*El Periódico de Catalunya*.

La majoria d'aquests projectes són externs als mitjans i estan liderats per equips mixtos entre periodistes i experts en programació perquè són les tecnologies digitals les que estan obrint un ventall de possibilitats més gran. En periodisme

científic, és important afegir la visió dels experts, científics o investigadors, i la par-

ELS NOUS MODELS DE COL·LABORACIÓ CADA COP ES VEURAN MÉS PERQUÈ HI HA OPORTUNITATS DE FER UN TREBALL MILLOR AMB NOUS MÈTODES

ticipació ciutadana. Es tracta que cadascú aporti el que sap fer millor per explicar i transmetre una història important per a la col·lectivitat.

Un bon exemple és el que es va produir amb l'accident de la central nuclear de Fukushima pel terratrèmol i el tsunami al Japó el 2011: mentre les autoritats estaven dient que no hi havia radioactivitat, els ciutadans, que podien mesurar els nivells

amb els seus comptadors Geiger, van començar a construir una base de dades que alguns mitjans i periodistes van saber recollir i mostrar de

manera comprensible. El resultat va ser una informació molt valuosa sobre la contaminació i allà on la ciutadania va aportar les dades, els periodistes van aprofitar la informació disponible i els programadors la van tractar i publicar en temps real. Els experts en radiació van col·laborar amb coneixements que es podien integrar en els productes periodístics, en molts casos interactius i multimèdia.

Són models nous de col·laboració que cada cop es veuran més perquè hi ha oportunitats de fer un millor treball amb

nous mètodes. Aquesta és una de les conclusions de l'informe sobre periodisme postindustrial del Tow Center, de la Universitat de Columbia, en què es constata que la publicat ja no és capaç de sostenir el model de negoci que fa possible el periodisme d'investigació i que cal, urgentment, cercar altres fonts de finançament perquè el bon periodisme subsisteixi i pugui garantir la democràcia.

La reestructuració dels mitjans és forçosa i passa per fer més amb menys amb l'ajut de la tecnologia, un àmbit en què el periodisme científic també pot aportar molt coneixement del tractament de dades i la traducció en històries. Narrative Science és una empresa de recent creació als Estats Units que ha desenvolupat un servei de creació automàtica de textos periodístics a partir d'algoritmes que processen milions de dades. El que s'anomena *robot periodista* ja està funcionant amb dades de resultats esportius i econòmics, i publica automàticament cròniques en molts mitjans digitals. La tecnologia pot alliberar les feines rutinàries reduint despeses i deixar la creativitat per als humans. Una altra de les conclusions de l'informe és que cal institucionalitzar la innovació fora dels mitjans per fer sostenibles aquestes iniciatives i, alhora, ajudar a cercar nous models de negoci. **Ç**

Més informació a:

projects.propublica.org/docdollars → Dollars for Docs, Propublica
lamandinadnewton.com/ca → Projecte La Mandarina de Newton
espanaenllamas.es → España en llamas, Fundació Cívica
fugados.tumblr.com → Projecte Fuga2

towcenter.org/research/post-industrial-journalism → Informe sobre periodisme postindustrial, Tow Center, de la Universitat de Columbia

+ info

Dossier
Periodisme científic



FUNÀMBULS SOBRE LA CORDA FLUIXA

La difícil tasca dels gabinets de comunicació científics com a pont entre les empreses de recerca i els mitjans

Des del despertar de les multinacionals de recerca i investigació, quan s'adonen dels beneficis d'informar directament als ciutadans, fins a l'actualitat, un moment de crisi i d'oportunistes esotèrics, els departaments de comunicació científics han estat sovint equilibristes sobre la corda fluixa. Caminant entre dos pols oposats, es mouen entre la indústria i els seus interessos econòmics, d'una banda, i el periodista i l'interès general, de l'altra. Com ofereixen el material? Quines acrobàcies hauran de fer en l'entorn 2.0?



TEXT **MARIA HORNOS**

Quan les empreses dedicades a investigació i recerca aixequen el teló a la comunicació, els gabinets de premsa científics inicien el seu espectacle. La publicitat i la comunicació puntual no havia estat suficient i la indústria va tenir clar que havia d'anar més enllà de prescriptors i pacients. Fins aleshores, s'havia mantingut hermètica. A partir d'aquí, companyies, fonts i professionals evolucionen i recorren un camí delicat fins a l'actualitat. Com és la tasca dels gabinets?

Posar negre sobre blanc. Aquesta és, segons Montserrat Claramunt, responsable de l'agència de comunicació No clay, amb més de trenta anys d'experiència en el sector, la seva missió principal. En concret, els gabinets han de "polir la notícia perquè es pugui comprendre i proporcionar al periodista l'accés a totes les dades". És a dir, alleugerir la tasca periodística. Una manera de facilitar aquesta feina és esclarir el missatge científic, "fugint de tecnicismes i, sobretot, intentant no crear falses expectatives". A banda de descodificar significats, quines altres tombarelles s'han de fer per oferir material als mitjans de comunicació?

Per a Marc de Semir, que ha treballat en entorns com l'Hospital Clínic de Barcelona i que, actualment, és delegat a Catalunya de l'Associació Nacional d'Informadors de la Salut (ANIS), primer i especialment en el cas d'una descoberta - convé tenir accés precoç a les dades creant, per exemple, circuits interns a les

"ELS MITJANS SÓN UN FILTRE QUE APORTA CREDIBILITAT ALS ARTICLES QUE GENEREM, PERÒ NO SEMPRE MÉS RIGOR" JORDI MORATÓ

empreses i institucions perquè els investigadors facin arribar les novetats al gabinet abans de fer-les públiques en els respectius canals científics. És a dir, "anar de la mà del científic". Segon, cal esperar que la novetat sigui validada en un congrés i, principalment, en una revista. Finalment,

s'ha de saber en quin suport es publicarà i quin factor d'impacte tindrà.

En tot aquest procés, quin és el número estel·lar per aconseguir l'èxit? L'element clau és, per a De Semir, comptar amb testimonis que puguin explicar en primera persona les experiències pròpies, siguin científics, metges o pacients. "Cal posar cares a la ciència per fer-se més atractius als mitjans", afirma.

En el cas de l'Institut d'Investigació Biomèdica de Bellvitge (IDIBELL), un cop identificada la notícia, el director de Comunicació, Jordi Morató, envia el material. "Es tracta d'una relació comercial en què nosaltres venem informació i els mitjans ens la compren", explica. Morató assegura que el seu departament compta,

"LA INDÚSTRIA VOLDRIA QUE LA INFORMACIÓ SORTÍS PUBLICADA TAL COM S'EMET I AIXÒ ÉS IMPOSSIBLE" MONTSERRAT CLARAMUNT

cada vegada més, amb canals de difusió alternatius que els permeten arribar directament a l'audiència, prescindint dels periodistes, malgrat que, "els mitjans de comunicació són un filtre que aporta credibilitat als articles que generem, però no sempre més rigor".

En aquesta línia, i davant la reducció d'espais mediàtics dedicats a la investigació, Sònia Armengou, cap de Premsa de l'Institut de Recerca Biomèdica (IRB), de Barcelona, apunta que l'entorn digital els ofereix una oportunitat. "Les xarxes socials, els webs i els

blocs especialitzats estan donant sortida a la nostra informació", assegura aquesta periodista. Per aconseguir el màxim ressò i amb una vocació internacional des de l'IRB es comunica en tres idiomes (català, castellà i anglès). Tot i així, Armengou admet que encara els falta "desenvolupar

un pla estratègic 2.0, a més d'incrementar el material audiovisual".

A través d'aquestes eines i preparant també els portaveus perquè compareguin davant els mitjans, s'intenta avançar, segons Montserrat Claramunt, cap a l'obertura. "La dificultat principal és que la indústria voldria que la informació sortís publicada tal com s'emet i això és impossible, el periodista ha de destacar el que cregui convenient", afirma.

INTERESSOS COMERCIALS

Sovint els gabinets d'empreses que tenen interessos comercials han de fer jocs malabars per validar la credibilitat del material. Com influeixen aquests objectius comercials? Segons Claramunt, "és obvi que la indústria investiga per guanyar diners, si bé també s'ha posat les piles per oferir una informació fiable i de qualitat".

Cal aclarir que no tots els gabinets de comunicació tenen interessos econòmics al darrere. És el cas de fundacions com l'IRB. Sònia Armengou confessa que aquest aspecte endolceix la relació del seu gabinet amb els professionals. "A les nostres notícies se'ls pressuposa més transparència que potser altres organismes privats, d'entrada, no tenen", afirma. Per la seva banda, des de l'IDIBELL, Jordi Morató també considera que el seu departament té més acceptació als mitjans i comenta que això passa perquè, tradicionalment, el sector privat ha gestionat les seves comunicacions prioritzant la funció persuasiva. "Sovint les informacions que difonen en realitat són continguts publicitaris disfressats de notícies. Però, d'interessos econòmics, també en tenen els mitjans, les administracions i fundacions com la nostra, encara que no ho facin amb afany de lucre", admet.

No obstant això, creuen els mitjans que els gabinets són contorsionistes de la realitat?



UNA QÜESTIÓ D'INCENTIUS I LLEIALTATS

Si poséssim una darrera l'altra les espectaculars troballes científiques dels darrers trenta anys, de la astrofísica a la nanotecnologia, la llista excediria fàcilment la capacitat d'aquesta revista. Només en l'àmbit de la biologia i la medicina hi trobaríem una llarga llista d'avenços impensables anys abans. Traduir les investigacions més avançades, gairebé sempre de gran complexitat, a un llenguatge entenedor i sense perdre profunditat i rigor requereix d'una intermediació molt qualificada. Aquest és el repte del periodisme científic. No es pot comunicar bona ciència sense bons intermediaris. El periodisme científic no pot assolir la seva funció més preuada, la de transformar la informació en coneixement, sense una molt bona preparació i la col·laboració dels científics.

Crec que estarem d'acord que, en els darrers anys, s'ha produït una millora molt notable en la cobertura de la informació científica. És cert que queden encara llacunes per cobrir i que la crisi està minvant ara els recursos, però el camí està traçat i el que cal és perseverar en l'exigència i el compromís. Aquesta millora es deu, sobretot, a la complicitat que hi ha entre els periodistes dels mitjans i els que treballen en les institucions i organismes científics. És cert que podem trobar exemples de mal periodisme, tant en la part de les fonts com dels mitjans. Professionals que exerceixen més com a relacions públiques o especialistes en màrqueting que com a informadors. També és cert que hi ha periodistes a les redaccions que tendeixen a l'espectacularitat i busquem més l'escàndol que l'expli-

cació rigorosa. Però, en general, hi ha pocs àmbits en què es pugui conciliar tan fàcilment com aquest els interessos d'uns i altres.

La raó és que, a diferència del que passa al món de la política o l'economia, en l'àmbit científic els interessos de les fonts són molt sovint coincidents amb els dels mitjans. Tots dos estan interessats a divulgar, tots dos saben que patiran descrèdit si manipulen o tergiversen, i tots dos saben que la ciència i ells mateixos hi tenen molt a guanyar si aconsegueixen una bona divulgació. Hi ha, doncs, més incentius per a la col·laboració i el respecte mutu que per a la confrontació, un fet que no es dona en altres àmbits en què els interessos són clarament antagònics.

El marc no és tan favorable, però, pel que fa a la relació entre els periodistes de mitjans i els de gabinets de comunicació d'empreses privades relacionades amb la ciència. Els interessos d'aquestes empreses són particulars i sovint no coincideixen amb els generals. La defensa d'aquests interessos les porta sovint a exagerar la bondat dels seus productes o a amagar dades que els poden perjudicar. Però fins i tot en el cas de les empreses privades, hi ha l'oportunitat de fer bon periodisme. Es tracta, en tot cas, d'aplicar sempre les normes deontològiques, i invocar-les cada cop que algú demana tergiversar una informació. I no oblidar que tant els periodistes de fonts com els de mitjans hem de tenir sempre clar que la nostra primera lleialtat ha de ser envers els ciutadans.

Milagros Pérez Oliva, periodista

Josep Corbella, periodista de *La Vanguardia* especialitzat en ciència i salut, explica que la relació amb les fonts "es basa en la confiança i la transparència". En canvi, matisa que quan es tracta de la indústria farmacèutica "no sempre coincideixen els seus objectius amb l'interès general i, per això, en moments puntuals hi pot haver tensió". En aquest sentit, incideix en la importància de verificar la font perquè "la indústria obeeix la lògica del capital i, de vegades, dona a conèixer fàrmacs l'eficàcia dels quals és dubtosa i pretenen utilitzar la premsa per generar demanda". Un exemple d'informació enganyosa és, segons Corbella, la "síndrome de les cames inquietes" (un trastorn neurològic a les extremitats inferiors), que va aparèixer el 2008 en diversos diaris i que *La Vanguardia* no es va creure.

Pel que fa a la complexitat del missatge, considera que la ciència és igual de difícil que d'altres matèries com l'economia o la política. "Ningú pensa que aquestes àrees siguin complicades però, en canvi, s'ha creat una mena d'excepció amb la investigació. S'ha estès la idea que les fonts desconfien perquè el periodista no en té ni idea, i no és veritat, ja que es valora la font i se sintetitza la informació", assegura.

Per la seva banda, Carmen Fernández, redactora en cap de *Diario Médico* a Catalunya, confia plenament en les fonts i, fins i tot, s'hi deixa guiar per distingir els avenços científics significatius. "Tenim un arxiu digitalitzat per contrastar les informacions i fem servir altres recursos alternatius de la Xarxa", explica. En alguns moments, també poden rebre dades fraudulentament, si bé les identifiquen. "Ens poden 'colar' informacions falses per culpa de les premses, però no en el cas d'un descobriment perquè a les institucions i als professionals de la medicina i la recerca no els convé enganyar, ni tampoc a la indústria", assegura. En qualsevol cas, fa anys que davant d'una innovació no utilitzen la paraula *pioner* "perquè sempre surt algú després que puntualitza: nosaltres ho vam esbrinar abans", afirma.



Montse Armengou, cap de Premsa de l'Institut de Recerca Biomèdica amb Fernando Albericio, cap de grup de l'equip de recerca de Química combinatòria.

En aquest context d'equilibris i giravolts, l'aglutinador a Catalunya de gabinets, periodistes i, fins i tot, científics, és l'Associació Catalana de la Comunicació Científica (ACCC). Cristina Ribas, la presidenta, entén que la col·laboració és el truc màgic per avançar. "S'ha de crear i compartir una

en què els comunicadors formen, ajuden i amplifiquen les accions dels investigadors. El seu objectiu és escurçar la distància entre la ciència i l'últim destinatari, les persones, i ser nexa comú entre tots dos a través de la divulgació. També trobem col·laboració entre professionals i usuaris al web www.patientslikeme.com on els pacients ajuden altres malalts amb consells i vivències.

principal queixa dels científics, segons l'ACCC, i que, de vegades, troben un forat als mitjans. En definitiva, els gabinets han d'encarar aquests desafiaments de manera conjunta amb investigadors, periodistes i ciutadans, com una companyia de circ on cadascú interpreta el seu número, però on l'èxit és fruit d'un espectacle compartit. Ç

"S'HA ESTÈS LA IDEA QUE LES FONTS DESCONFIEIEN PERQUÈ EL PERIODISTA NO EN TÉ NI IDEA, I AIXÒ NO ÉS VERITAT" JOSEP CORBELLA

estratègia adreçada a objectius comuns, facilitant eines perquè cada agent es converteixi en permeabilitzador de coneixement cap a la societat", afirma.

Un bon exemple, per a Ribas, són les Unitats de Cultura Científica i Innovació,

en conclusió, els departaments de Comunicació científics tenen el repte imminent de muntar una carpa de comunicació 2.0 i fer front a la reducció d'espais mediàtics dedicats a la recerca. Una situació que afavoreix els oportunistes esotèrics que guanyen popularitat en la conjuntura econòmica actual,

Més informació a:

comcired.es/UCCi/Pages/UCCi_Home.aspx → Unitats de Cultura Científica i Innovació (UCCi)

+ info

Dossier
Periodisme científic



IL·LUSTRANT LA CIÈNCIA

Diferents solucions a l'hora d'explicar
temes complexos en imatges

Fotografies, molts cops espectaculars, o imatges, a vegades animades, són alguns dels recursos que els mitjans de comunicació tenen a l'abast per acompanyar unes veus i uns textos sovint difícils d'explicar. Les infografies i les il·lustracions esdevenen bàsiques a l'hora d'abordar aspectes abstractes amb els quals els fotògrafs no poden fer res.



TEXT CLARA DE COMINGES
FOTOS ALBERT MASÓ

Si la ciència ja és per Si mateixa una matèria complicada, el fet de trobar imatges per il·lustrar-la ho és encara més. Ja sigui per la televisió o pel paper, les imatges no sempre són fàcils d'aconseguir. Les infografies i les il·lustracions esdevenen bàsiques quan es tracta de temes abstractes als quals la fotografia no pot arribar. El talent i la imaginació completen aquesta equació que cada dia resolen els professionals per acostar-nos de manera amena i comprensible el món de la ciència.

El Grup d'Investigació en Comunicació de la Ciència de la Universitat de Navarra està acabant un estudi sobre el canvi climàtic a la televisió espanyola. Part d'aquest treball s'ha centrat a estudiar les imatges que s'utilitzen per il·lustra-ho. "Hem vist que hi ha un gran dèficit d'imatges per parlar d'aquest tema. Entre altres, hem analitzat que des de fa cinc anys s'utilitza la mateixa imatge d'un ós

HI HA UN DÈFICIT D'IMATGES. FA CINQ ANYS QUE LA TELEVISIÓ UTILITZA LA MATEIXA IMATGE D'UN ÓS POLAR PER EXPLICAR EL CANVI CLIMÀTIC

polar sobre una placa de gel per parlar del canvi climàtic", assegura Bienvenido León, un dels investigadors de l'estudi, periodista i doctor en Ciències de la Informació. Una de les solucions que proposen és que siguin les mateixes institucions científiques les que facilitin les imatges als mitjans. "Les televisions no tenen temps ni recursos per aconseguir segons quines imatges o per dedicar-se a fer un gràfic molt sofisticat que expliqui molt bé les coses", afegeix León.

"No hi ha res que no sigui veritat i que no es pugui explicar d'una manera senzilla".

Aquesta frase del biòleg Cristian Ruiz i Altaba és la que va utilitzar el Jaume Vilalta, director de *Quèquicom* –programa de divulgació de la ciència que emet TV3

"ELS PROBLEMES MÉS GRANS ELS TENIM AMB LES COSES INVISIBLES COM ELS BACTERIS O ELS ÀTOMS" JAUME VILALTA

des de 2006– per finalitzar la conferència "La ciència de comunicar ciència", que va impartir el passat mes de juny. Vilalta defensa que, per poder comunicar la ciència, primer, s'ha d'entendre el que es vol explicar. "Intentem explicar la ciència amb ajuda d'històries, de testimonis que puguin crear empatia amb els espectadors. El programa té molt poques coses tecnològiques. Fem dibuixos a mà perquè és més humà. Això és el que ens diferencia d'altres programes", descriu. Una de les

coses fonamentals és no perdre de vista l'espectador. "És una feina molt similar a la d'una agència publicitària en la qual l'espectador és

el client a qui has d'agradar", sosté aquest periodista que reconeix que *Quèquicom* és el programa més difícil que ha fet mai.

I és que els inconvenients existeixen. I no són pocs. "Els problemes més grans els tenim amb les coses invisibles com els bacteris o els àtoms, per exemple. En aquests casos, has de recórrer a metàfores i utilitzar més infografies", destaca Vilalta. La manca d'imatges reals també es pot compensar amb imatges virtuals. "Les imatges generades per ordinador són un element imprescindible. Han vingut a suplir la carència d'imatges i han permès

que temes que no eren gens atractius per televisió com la geologia, ara ho siguin", defensa León. I va més enllà: "El talent és clau en temes difícils d'explicar. En

el documental *The Elegant Universe*, per tractar d'explicar la mecànica quàntica, el guionista s'inventa una cafeteria, el Quantum Cafe, on

tot funciona amb les lleis de la quàntica, a escales molt i molt petites. Al final, trobar la solució es una qüestió d'imaginació".

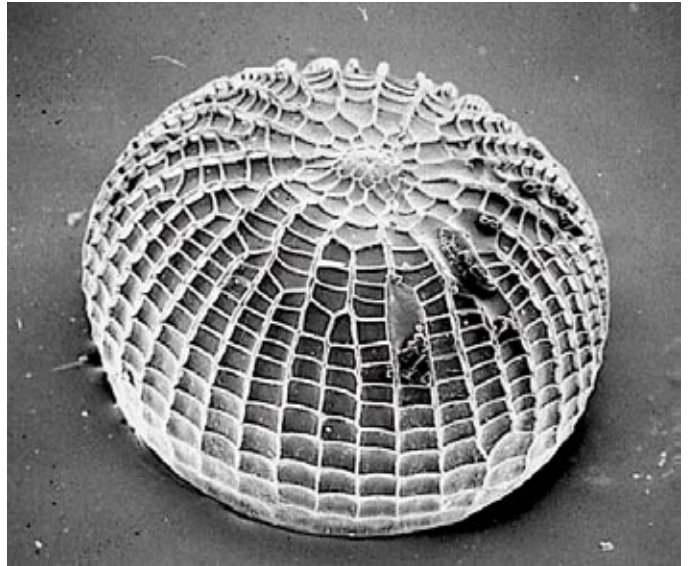
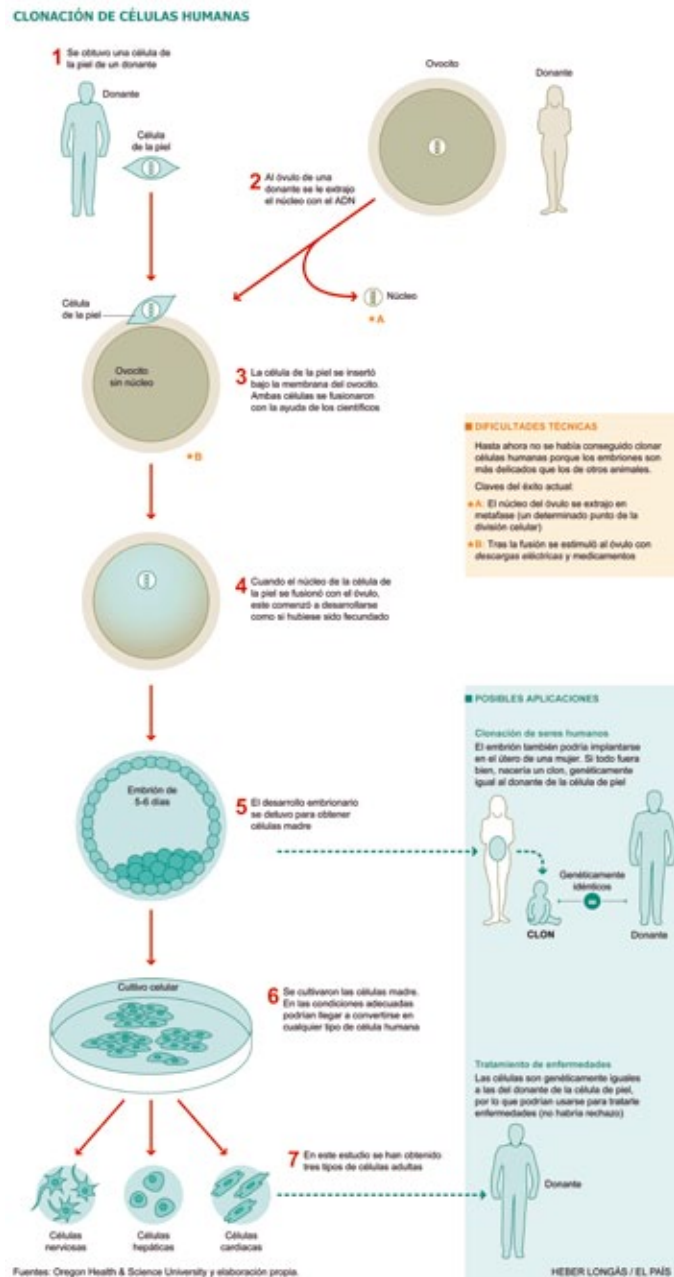
PROBLEMES EN PAPER

La premsa escrita tampoc no es lliura dels problemes a l'hora d'il·lustrar els temes científics. Per motius econòmics, la informació del diari no pot comptar sempre amb l'ajuda d'agències especialitzades que li proporcionen bones imatges. "Una revista científica no es pot permetre publicar qualsevol cosa. El que ha de fer un diari és il·lustrar amb una imatge que no digui cap mentida", afirma l'Albert Aymamí, redactor en cap de Fotografia de *La Vanguardia*. "Molts cops, és el mateix redactor, que és el que s'ha informat i coneix el tema, el que s'encarrega de buscar les imatges. Si en té quatre o cinc, em consulta i jo escullo la que em sembla la millor", afegeix.

Per Aymamí, una de les temàtiques que és més fàcil d'il·lustrar és l'astronomia i una de les millors fonts per a aquest tema és precisament la NASA. "Tenen fotos i recreacions artístiques fantàstiques", assegura. Quan la imatge és difícil de trobar o directament no existeix, "la infografia és una bona opció, però necessita temps", avala Aymamí. Com a mínim una tarda sencera, segons l'Heber Longás, perio-

Anàlisi d'una infografia sobre la clonació de cèl·lules humanes per l'autor

“En el gràfic expliquem el procés des del punt de vista tècnic, pas a pas. És molt més fàcil de fer ho amb una infografia que amb un text: és més lògic, més visual, més atractiu i, sobretot, més fàcil d'entendre. El gràfic científic perfecte és el que fa entendre al lector alguna cosa que fins ara no havia entès. L'objectiu ha de ser informar i no pas decorar. Estèticament, aquesta infografia és un aprovat justet. Però periodísticament té tot el que és necessari”, explica el seu autor, Hebert Longás.



A dalt, una imatge feta amb microscòpi electrònic d'un ou de *Pachetra sagittifera*. Al centre, l'Issa Lake de Yellowstone (Estats Units). A baix, una foto feta amb macro d'una papallona graèlsia. A la portada, larves de *Charonia nodifera*.



FOTOGRAFIAR-HO TOT

Biòleg i fotògraf, l'Albert Masó (www.albertmaso.com) ja fa més de trenta anys que fotografia la natura i compta amb un arxiu d'entre 60 i 70.000 imatges. Ens explica quines són les tècniques per poder fotografiar-ho tot... o gairebé tot. "Es poden fotografiar els àtoms, però no encara les partícules subatòmiques. Aquí ja entrem en els límits de la física: hi ha coses que no podem arribar a veure mai", admet. A part d'això, la resta es pot fotografiar amb diferents tècniques:

TÈCNICA DE PAISATGE

S'utilitza per temes d'ecologia i medi ambient.

CAÇA FOTOGRÀFICA

Hi ha dues modalitats:

- 1) *Photo trekking*. Consisteix a fer un seguiment de l'animal en una zona.
- 2) *A l'aguait*. Es fa amb *hides*, una mena de tendes de campanya de camuflatge que es planten al davant d'un niu o del lloc on l'animal va a menjar.

MACRO

Per fotografiar la fauna petita: insectes, plantes o minerals.

- 1) Macro de camp: Es tracta d'anar a buscar l'animal allà on viu (5 augments).
- 2) Macro d'estudi. Es porten a estudi els animals extre-

madament petits que al camp no es poden manipular (50 augments).

FOTOMICROGRAFIA

- 1) Microscopi òptic. Per veure cèl·lules, nucli, etc. (fins a 1.000 augments).
- 2) Histeroscòpic: S'utilitza, per exemple, per veure l'estructura d'un paràsit (100 augments).
- 3) Electrònic d'*scanning* / de rastreig. Per veure un cromosoma, o l'estructura d'un ou d'insecte. Només en blanc i negre, perquè no es fan amb llum. (50-60.000 augments).
- 4) Electrònic de transmissió: Per observar la molècula d'ADN. (1 milió d'augments).
- 5) Físics o Efecte túnel: N'hi ha molt pocs en tot el món. Fins i tot, s'hi han arribat a fotografiar els àtoms (8 o 10 milions d'augment).

dista, infografista i biòleg especialitzat en comunicació científica d'*El País*.

Longás acostuma a dedicar un parell d'hores a comprendre el tema, llegir articles

ELS EXPERTS PROPOSEN QUE LES INSTITUCIONS CIENTÍFIQUES FACILITIN LES IMATGES ALS MITJANS

científics sobre el mateix i, si s'escau, fins i tot fer algunes trucades abans de posar-se a plantejar un gràfic. "Els temes científics són més difícils d'il·lustrar perquè, d'una banda, està el problema de fer-ho de manera visual per 'salvar' la pàgina del diari i, de l'altra, s'ha d'aconseguir també il·lustrar el lector, ensenyar-li alguna cosa. Si en una infografia científica no aconseguixes que la gent entengui el que has tractat

d'explicar, has fracassat", conclou aquest periodista a qui la seva formació de biòleg l'ha ajudat molt, sobretot a l'hora d'entendre els temes científics. Malgrat això, també hi ha temes que se li resisteixen, com les matemàtiques o la química subatòmica. "Quan parlem de coses més petites que un protó i un electró,

fer un gràfic és molt complicat perquè són temes molt teòrics i molt poc il·lustrables. En aquests casos, el que s'ha de fer és treballar més i pensar encara més. Algunes vegades s'aconseguirà fer la infografia i, d'altres, no", reconeix.

Tot i ser enginyer agrícola, José Antonio Peñas també es troba amb dificultats per il·lustrar els reportatges de temes més abs-

tractes per als mitjans on treballa, la revista *Muy Interesante* i la agència SINC (Servei d'Informació de Notícies Científiques). Infografista i dibuixant, Peñas també s'atreveix amb l'animació en 3D. "Per a la publicació de la revista en iPad, alguns cops fem il·lustracions animades. Vàrem realitzar, per exemple, el viatge de la sonda Messenger a Mercuri mostrant tot el trajecte en moviment", explica.

I és que, segons ell, "la Xarxa ens dona opcions per fer coses més dinàmiques i hem d'aprofitar-ho". Això sí, implica molt d'esforç, ja que un minut d'animació pot arribar fins a dues o tres setmanes de feina. "Molts cops em plantejo fer directament les il·lustracions en 3D. És una manera molt pràctica de poder amortitzar la feina després", remata. **Ç**

TRENCANT BARRERES

L'empresa periodística Sord Press reivindica la llengua de signes com a idioma propi del país

El periodista Guillem Carles, l'únic periodista sord col·legiat de Catalunya, és l'impulsor de l'agència de notícies Sord Press, del punt de debat de l'espai Tribuna Oberta Sord Press i del Magazine de notícies en llenguatge de signes, una sèrie d'iniciatives exitoses que han permès acostar la informació a les persones sordes de manera entenedora.

TEXT CLARA SÁNCHEZ / MARC MAYOLA
FOTO JORDI SALINAS



“Reconèixer la llengua de signes catalana com a sistema lingüístic i regular-ne l’ensenyament i la protecció des dels poders públics”. Aquest és un dels punts de l’article 2 de la Llei de la llengua de signes catalana aprovada pel ple del Parlament de Catalunya, el 26 de maig del 2010. Malgrat aquesta voluntat política, la realitat social és una altra. Així ho considera l’impulsor de Sord Press, Guillem Carles. L’únic periodista sord col·legiat de Catalunya apunta que els professionals col·legiats i la societat en general “han de prendre consciència que Catalunya, com a país, disposa de quatre idiomes”.

Carles afegeix, amb dades de l’any 2010 a la mà, que “més de 25.000 persones són usuàries de la llengua de signes”, cosa que vol dir que triplica l’aranès, que el parlen unes 7.000 persones. Aquest periodista

SORD PRESS, CREADA EL 1971, ÉS UNA AGÈNCIA DE NOTÍCIES ÚNICA QUE ADAPTA LES INFORMACIONS PER A LES PERSONES SORDES

insisteix que la llengua de signes disposa del seu “propri estatus i lloc que li correspon entre el català, el castellà i l’aranès”, però remarca que seria necessari un treball pedagògic profund perquè la societat prengui consciència d’aquesta riquesa lingüística.

Guillem Carles Gonel és sord des dels quatre anys a causa d’una meningitis. Nascut a la comarca del Montsià el 1946, va marxar amb només set anys a estudiar a Barcelona. A aquesta edat estava escolaritzat en un internat de la Diputació de Barcelona i, sis anys després, va seguir estudiant a l’Institut Català de Sords de la capital catalana. El 1973, Carles es va matricular a la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona, carrera que es va veure interrompuda per la manca de la figura de l’intèrpret de llengua de signes per als estudiants. “Sempre m’asseia a primera fila per llegir més fàcilment els llavis dels

meus professors. M’era especialment complicat quan portaven bigoti”, recorda. Dos anys abans d’ingressar a la facultat, ja havia creat Sord Press, una empresa concebuda com a agència de notícies i que realitza una tasca única perquè adapta formalment les informacions d’actualitat per fer-les entenedores a les persones sordes. Corria el 1971 i, a l’any següent, l’empresa periodística ja era inclosa en el registre de Llei de Premsa i Impremta.

Des de llavors, no ha deixat mai d’exercir de periodista malgrat els obstacles propis de la seva sordesa. Un exemple de la seva tasca el trobem en la iniciativa d’editar una revista bimensual d’àmbit estatal per a persones sordes.

Actualment, Carles és periodista freelance i col·legiat des del 2002, any que va ser acreditat dins l’àrea política, a les rodes de premsa del Parlament i a l’Oficina del Portaveu del Govern, on segueix anant. També és director i conduc-

tor de l’espai Tribuna Oberta Sord Press i del Magazine de notícies en llenguatge de signes, activitats que s’organitzen al Col·legi de Periodistes des de fa sis anys. Aquestes dues iniciatives són les propostes periodístiques més visibles de Sord Press.

PLATAFORMA TRANSVERSAL

La tasca, però, no es limita a l’àmbit estrictament periodístic. Sord Press també és un instrument de dinamització i integració social i cultural de les persones que

LA TRIBUNA OBERTA I EL MAGAZINE, PROPOSTES PERIODÍSTIQUES MÉS VISIBLES DE L’AGÈNCIA

pateixen limitacions auditives. “Sortides, excursions, escapades gastronòmiques, teatre per a sords o visites a museus. En aquest cas, un intèrpret tradueix les explicacions del guia al llenguatge de signes”, afirma Ruth Carles, filla del fundador de

Sord Press, que treballa com a intèrpret de l’entitat i que ressalta el caràcter transversal d’aquesta entitat.

De totes maneres, l’essència de Sord Press, com el seu nom indica, radica en la vocació periodística i política comunicativa de l’agència. “Hem assumit el compromís que el periodisme ha d’estar al servei de la societat per mandat constitucional. La nostra tasca sobrepasa la que pugui realitzar una agència qualsevol. Més enllà d’explicar notícies, pretenc dotar-me d’un periodisme social per construir una consciència col·lectiva a través d’un altre estil d’informar”, assegura l’impulsor d’aquesta empresa.

Guillem Carles posa èmfasi en la capacitat de Sord Press per acostar a les persones sordes la informació de manera entenedora, no només per l’adaptació al llenguatge de signes, sinó perquè s’ajusta a la cosmovisió particular de les persones sordes. “La llengua de signes és la protagonista presencial cada divendres –en els magazins– com a mitjà per informar i estar informats de la temàtica política, social i cultural que es cou a Catalunya, Espanya i al món. La societat de la informació ens inunda de notícies, fets, esdeveniments i idees que s’escapen de la nostra capacitat de comprensió lectora, de manera que dotem les informacions d’un tractament i estil periodístic diferenciat que ens abasta. En context presencial, ens sentim feliços perquè és com sentir-nos a casa”, explica.

Per la seva part, Ruth Carles recalca que del conjunt de la comunitat sorda usuària de signes, un 40% no acaba d’entendre el que es difon, ja sigui a nivell audiovisual o de lectura. “Les persones sordes de més de quaranta anys

no compten amb preparació per rebre la informació que es dona de manera completa, falta la profunditat”, afirma. Unes dades que reforcen la necessitat d’adaptar la informació a la comprensió específica de les persones sordes. I és que,



A la primera pàgina, Guillem Carles al seu estudi. A dalt, un dels Magazine de notícies que tenen lloc periòdicament a la sala d'actes del Col·legi de Periodistes.

tal com assegura la Ruth, “l’entorn de les persones sordes és diferent. La manera d’expressar-se, el tipus d’acudits, el sentit de l’humor, són maneres de funcionar diferents. De fet, normalment els sords s’ajunten entre ells. Tenen una manera de pensar semblant”.

Precisament, un punt de trobada enriquidor per a aquesta comunitat s’ofereix en els Magazine de notícies que se celebren periòdicament a la sala d’actes del Col·legi de Periodistes. Una experiència pionera que Guillem Carles no descarta que es reproduïxi fora de les nostres fronteres. “En alguns llocs de la resta de l’estat, volen dur a terme el Magazine de notícies presencialment”, admet l’impulsor de Sord Press. Per això considera que “a Catalunya, l’àmbit de la premsa sorda disposa d’una excel·lent salut, més que no pas a la resta de l’estat”.

Pel que fa a nivell europeu, el promotor de Sord Press va assistir l’any 2009 a una taula rodona, en motiu del centenari de la revista *Tiro Magazine* de Le Mans, en la qual diversos directors de mitjans belgues, italians, francesos, britànics i suïssos van acordar impulsar l’accessibilitat a la premsa

"A CATALUNYA, L'ÀMBIT DE LA PREMSA SORDA DISPOSA D'UNA SALUT EXCEL·LENT"

Guillem Carles

sa a través de la llengua de signes com a mitjà de comunicació. De totes maneres, i malgrat aquesta voluntat, Carles assegura que no es troba “cap diari específic per a les persones sordes als quioscs europeus”.

A banda del Magazine de notícies, l’espai Tribuna Oberta és un punt de “debat obert i reflexió entre els ponents i els as-

sistents en matèries concretes” que sovint tenen relació amb els drets de les persones sordes. L’alcalde de Barcelona, Xavier Trias; el president de la Generalitat, Artur Mas; el diputat d’ERC al Congrés espanyol, Joan Tardà; l’expresident del F. C. Barcelona, Joan Laporta, i l’historiador i escriptor

Ramon Ferrerons són algunes de les personalitats que han participat en els últims anys en aquestes sessions. Unes 1.500

persones van assistir durant l’any passat al conjunt de Magazines i Tribunes, amb una mitjana d’assistència de 70 persones per acte.

Una altra iniciativa per significar-se socialment, i que un dia va tenir una rellevància especial, es el Premi Sord Press 2010 que l’entitat va concedir a Pep Guardiola,



Guillem Carles durant la roda de premsa del Govern al Palau de la Generalitat.

La realitat, però, és que moltes televisions no compleixen les quotes legals imposades, ja que no disposen de prou recursos econòmics. Davant d'aquest escenari, Serrat apunta que potser seria més viable, fins i tot econòmicament parlant, que ajudessin a finançar, entre totes i sota l'impuls de l'administració, un nou canal que fos gestionat pels mateixos sords. "Penso que aquesta proposta —assegura— té sentit perquè moltes persones sordes se senten més identificades si el comunicador que transmet les notícies és un presentador o periodista sord. Prefereixen un sord abans que un intèrpret oient". La intenció d'aquest professor no és, en cap cas, infravalorar el rol dels intèrprets. "Crec que fan una feina importantíssima que es podria incrementar i potenciar en el nou canal si fessin de pont entre els sords i els oïdors a l'hora de recollir la informació oral", diu.

aleshores entrenador del Barça. Guillem Carles recorda que el lliurament es va fer a la Ciutat Esportiva Joan Gamper a petició del mateix Guardiola "per tal d'evitar un acte mediàtic". El responsable de Sord Press explica que Guardiola "gaudeix d'una comunicació no verbal excel·lent i d'un llenguatge corporal molt explícit. Milions de telespectadors estan familiaritzats amb els seus gestos i expressions facials durant els partits. Els assistents al Magazine van votar-lo per unanimitat".

RECLAMACIONS HISTÒRIQUES

Més enllà de les activitats i iniciatives que Sord Press desenvolupa en el seu dia a dia, l'entitat també treballa amb l'objectiu d'aconseguir el ple reconeixement dels drets de la comunitat sorda.

En aquest sentit, una de les reclamacions històriques és la subtitulació de tots els continguts televisius. Guillem Carles apunta que aquesta demanda "no és una utopia. És un dret en la política d'igualtat d'oportunitats. La Llei de l'Audiovisual, que està pendent de ser aprovada pel Parlament, ens obrirà nous horitzons en aquesta matèria".

Una altra aspiració relacionada amb la presència als mitjans de comunicació i la igualtat d'oportunitats en aquest àmbit, és la creació d'un canal de televisió en llengua de signes.

Precisament, és una de les principals conclusions de la tesi *La percepció que tenen les persones sordes signants de l'actualitat*

LA SUBTITULACIÓ DELS CONTINGUTS TELEVISIUS I UN CANAL EN LLENGUA DE SIGNES SÓN LES PRINCIPALS RECLAMACIONS D'AQUESTA COMUNITAT

periodística (2005–2009). L'autor d'aquest treball, Jordi Serrat —doctor en Periodisme i Ciències de la Comunicació i professor de la Universitat de Vic— opina que caldria impulsar un canal de televisió en llengua de signes. "Aquesta proposta de la comunitat sorda catalana, no és cap brindis al sol si tenim en compte que la Llei General de la Comunicació Audiovisual espanyola diu que les televisions públiques hauran d'oferir 10 hores setmanals en llengua de signes a tots els canals a final del 2013, i les privades 2 hores setmanals", afirma.

Mentre aquestes reivindicacions no es compleixen, Sord Press i Guillem Carles seguiran treballant al peu del canó per fomentar la cohesió dins la comunitat sorda a través de l'exercici periodístic. La tecnologia i les xarxes socials s'han convertit en "excel·lents aliades perquè representen un salt qualitatiu i quantitatiu important en la comunicació. Actualment,

els telèfons intel·ligents d'alta gamma tenen per a nosaltres una accessibilitat del 100%. I a Facebook, Twitter o LinkedIn disposem d'un espai

digital propi", assegura. Així doncs, més de quatre dècades després de la seva fundació, Sord Press continua trencant barreres. Ç



DEL DISCURS DE COMPANYS A CORRESPONSAL FRANQUISTA

La història força desconeguda de Josep Maria Massip, un periodista que va viure la Segona República, la Guerra Civil, l'exili i el franquisme des de primera fila

TEXT JOAQUIM ELCACHO

De Macià i Companys a l'ABC franquista. Així es pot resumir la dilatada trajectòria de Josep Maria Massip, un periodista que va viure la Segona República des de les files d'ERC, va dirigir *La Humanitat*, *La Rambla* i *Última Hora*, va ser diputat al Congrés i va exiliar-se per acabar convertint-se en corresposnal de prestigi als Estats Units.

La història del periodisme a Catalunya té pendent d'omplir alguns buits importants. Oblits voluntaris o involuntaris que, actualment, poden ser resolts amb l'ajuda d'eines potents com la digitalització d'arxius, biblioteques i hemeroteques. Un repàs de la documentació informatitzada i la memòria de familiars i coneguts fa possible per exemple recuperar la història de Josep Maria Massip, un periodista que en l'època franquista va treballar per a l'ABC i *Diario de Barcelona* però que, en temps de la República, va ser un home de confiança dels presidents Macià i Companys, director dels diaris *La Humanitat* i *Última Hora*, cap de Premsa de la Generalitat, candidat a ministre, diputat a les Corts per ERC, delegat del govern català a Madrid i conseller regidor de Governació de l'Ajuntament de Barcelona.

Nascut a Sitges el 18 de novembre de 1904, tot just havia fet disset anys quan Massip va marxar a Cuba a fer fortuna. Va tornar sense diners però amb una fixació.

“Quan li vaig dir que jo també volia escriure, em va explicar que la seva vocació de periodista s'havia despertat a Cuba”, recorda per a CAPÇALERA, Xavier Muñoz Torrent, nebot de Josep Maria Massip.

Les primeres cròniques amb la seva firma van ser publicades l'octubre del 1927 al periòdic *La Nau*, fundat i dirigit per Antoni Rovira i Virgili. Un any més tard, es convertiria en redactor d'aquest diari i, el 1929, seria nomenat redactor en cap. Aquell any va marxar a viure a Barcelona amb la primera esposa, Carme Pons, amb qui tindria un fill (mort poc després de néixer).

El 1930, Massip va ser nomenat director del setmanari *La Rambla*, creat per Josep Sunyol i Garriga (que va ser president del F. C. Barcelona, i que moriria el 6 d'agost de 1936 afusellat per les tropes franquistes) i, el 1931, –sense deixar *La Rambla*–, va ser nomenat director de *La Ciutat*, una publicació fundada per Marià Rubió i Tudurí.

El seu activisme polític té un primer referent destacat en el nomenament com a secretari de la refundada Unió Socialista de Catalunya –març del 1930–, una formació que liderava Gabriel Alomar i que va tenir dos consellers en el primer govern del president Macià.

El maig del 1931, Massip es va convertir en el primer cap del Servei de Premsa de la Generalitat i entre agost d'aquell any i octubre de 1932 va exercir a Madrid com a cap de Premsa, cap de l'Oficina dels parlamentaris catalans i responsable de l'Oficina de la Generalitat.

Com a representant de la Generalitat, Massip va organitzar la visita de la delegació de l'administració central a Barcelona per a l'entrega de l'Estatut, el setembre de 1932. Una de les invitacions anava dirigida al diputat Àngel Ossorio, que va excusar la seva presència per motius d'agenda. Massip va aprofitar aquella resposta per demostrar que no havia perdut la dèria

periodística. “No té ni idea del disgust que hem tingut per no poder comptar amb vostè com a hoste en la visita a Barcelona. Ara bé, com que a més d’organitzador del viatge sóc també periodista, voldria vostè, don Àngel, respondre l’adjunta pregunta que formula el diari *La Rambla*? [...] es publicarà en l’edició de dilluns”, proposava Massip.

Una setmana després de la mort de Francesc Macià (que va tenir lloc el Nadal de 1933), Lluís Companys és nomenat president de la Generalitat i deixa el seu càrrec de director del diari *La Humanitat* (que ell mateix havia fundat) en mans de Massip.

El 14 de gener d’aquell mateix any, Massip va ser escollit regidor de l’Ajuntament de

ALGUNES FONTS L’APUNTEN COM A REDACTOR DE L’HISTÒRIC DISCURS DEL 6 D’OCTUBRE DE 1934

Barcelona com a membre d’ERC a la llista de la coalició Esquerres Catalanes i, poc després, va ocupar la responsabilitat de regidor-conseller de Governació.

D’aquesta manera, el càrrec municipal se sumava a la direcció de *La Humanitat* i *La Rambla*, les corresponalsies dels diaris madrilenys *El Sol* i *La Voz*, i la confiança política del president Companys, “tot i que Massip sempre havia explicat a la família que ell se sentia un home de Macià”, explica Xavier Muñoz.

DIFERENTS FACETES

Les cròniques dels diaris *La Vanguardia* i *La Voz* indiquen que, el dia 6 d’octubre de 1934, Josep Maria Massip va ser al Palau de la Generalitat –i no pas a l’Ajuntament de Barcelona. A més, dues fonts l’apunten com a redactor (o coredactor) del discurs que pronunciaria Companys des del balcó de la plaça Sant Jaume cap a les vuit i vint minuts del vespre proclamant l’Estat Català. [“Catalans: L’hora és greu i gloriosa. L’esperit del president Macià, restaurador de la Generalitat, ens acompanya. Cadascú

al seu lloc, i Catalunya i la República al cor de tots”, deia el discurs.]

Josep Maria Casasús va suggerir per primera vegada la participació de Massip en la redacció de l’històric discurs en el llibre *Periodisme català que ha fet història* (Proa, 1996). Casasús ha detallat a CAPÇALERA que la font d’aquella referència va ser Josep Maria Lladó, que va treballar a les ordres de Josep Maria Massip a *La Humanitat*, i que va quedar com a director d’aquest diari quan Massip va marxar de Catalunya.

“Una de les vegades que va venir a dinar a casa, Lladó em va assegurar que el text que Companys va llegir el 6 d’octubre estava escrit per Josep Maria Massip”, recorda Casasús. “No ens ha d’estranyar que

l’autor fos Massip, perquè per l’estructura del discurs es veu que estava escrit per un expert en

comunicació i un home que sabia escriure molt bé; i tampoc ens ha d’estranyar perquè molts dels discursos dels polítics –també en aquella època–, no els escriuen els polítics”.

Xavier Muñoz Torrent coincideix en aquestes apreciacions. “Sempre que vàiem algun reportatge sobre els fets d’octubre, a la tieta Ramona [Ramona Torrent, segona esposa de Massip], ens feia algun comentari dient que el seu marit havia escrit el

EN ELS CONVULSOS ANYS TRENTA, VA SER L’HOME DE CONFIANÇA DE COMPANYS I EL PERIODISTA MÉS BEN PAGAT DE CATALUNYA

discurs de Companys”, recorda Muñoz. Massip va estar dotze dies detingut al vaixell-presó *Ciudad de Cadiz* pels fets d’octubre.

L’octubre del 1935, sense deixar la direcció de *La Humanitat* (que sortia al matí), Massip va ser nomenat director del diari de tarda *Última Hora*, també vinculat a ERC.

Al llibre *12 periodistes dels anys trenta* (Col·lecció “Vaixells de Paper”, 16. 1994) Josep Maria Figueres recull el relat que li havia fet Josep Maria Lladó sobre la feina de Massip. “Gairebé no sortia de la impremta [...] Anava al vespre per revisar l’edició de *La Humanitat* i sortia, per exemple, a les tres de la matinada i l’endemà s’havia de fer càrrec de l’altre diari *Última Hora*. És a dir que tenia dedicació completa”.

Per si no hi hagués prou, en les eleccions del 16 i el 23 de febrer del 1936, Massip va ser escollit diputat al Congrés com a membre d’ERC a la llista d’Esquerres Catalanes. El periodista va rebre 259.798 vots, mentre que el president Companys en va sumar 260.990.

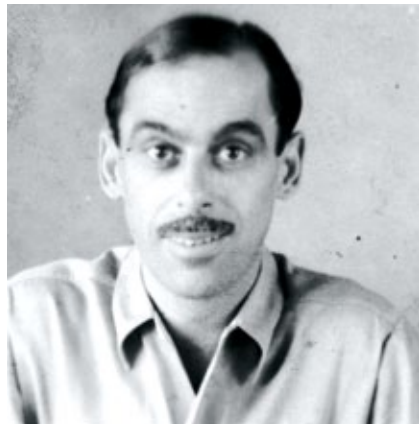
El seu pes polític també era alt, com ho demostra una crònica publicada a *La Vanguardia* el 13 de maig de 1936 en què s’explica que quan Santiago Casares Quiroga va rebre l’encàrrec de formar govern, Massip va formar part d’una *troika* de polítics catalans que el mateix Casares veia “amb simpatia” per a ser ministres. D’altra banda, l’hemeroteca d’aquest mateix diari indica que el 19 de juliol del 1936, Josep Maria Massip, que llavors no tenia cap càrrec a la Generalitat, va acompanyar els membres del govern reunits a la Conselleria de Governació per preparar la reacció al cop d’Estat.

En un àmbit molt diferent, Massip va actuar diverses vegades com a assessor de la Compañia General Tabacos de Filipines i, el 28 de juliol de 1936, va intervenir en el donatiu de 25.000

pessetes d’aquesta empresa a la Generalitat per a l’atenció en els hospitals, el primer gran donatiu d’una companyia privada al govern en l’inici de la Guerra Civil. Aquella relació amb la tabacalera podria haver tingut també alguna relació amb el fet que Massip –com molts altres periodistes de l’època– fos un gran fumador. “Sempre va fumar molt i, dissortadament,



A la primera pàgina, Massip a l'ABC, a Madrid, el 1964. Foto: Arxiu ABC / Teodoro Naranjo. En aquesta pàgina, a dalt, Alcalá Zamora a Madrid respon al discurs de salutació de Macià al fer l'entrega de l'Estatut. Massip és el quart per l'esquerra. La imatge, sense datar, es va publicar al diari *Ahora*. Al centre a l'esquerra, Massip i Ramona Torrent a la platja a Ocean City (Maryland), l'agost de 1957. A la dreta, a Washington el 5 de març de 1951. A baix, foto de carnet datada el 1945. Les quatre fotos pertanyen a l'arxiu de la família Torrent-Jué.





UN REFERENT DE PRESTIGI

En aquell temps, tots els estudiants de Periodisme volien ser corresponsals estrangers i, a més, tots volien ser Josep Maria Massip, el llegendari corresposnal del diari ABC a Washington. Era un professional d'un prestigi enorme.

El vaig conèixer a Washington, on me'l vaig trobar en la celebració del segon aniversari de Kennedy com a president. Era una època gloriosa per als periodistes que el seguien. Va tenir la gentilesa de convidar-me a casa seva i va ser, per a un periodista jove com jo, una trobada inoblidable. La seva figura produïa un gran respecte i tots solíem llegir-ne les cròniques i ens dèiem els uns als altres; 'Què hi diu Massip?'. Després, vaig anar coincidint amb ell moltes vegades i sempre solia preguntar-li pels secrets de la política i la presidència nord-americanes.

El darrer cop que el vaig veure va ser en una data i ocasió memorables: el 16 de juliol de 1969. Ens trobàvem a Cabo Kennedy el matí del llançament de l'històric *Apollo 11*, que hauria de portar els primers homes a la lluna. Ell va tenir la bondat d'acostar-se a les tribunes de televisió des d'on jo havia d'emetre el llançament. Era allà per escriure la crònica per a l'ABC. Em va semblar observar que, tot allò, tot aquell immens aparell informatiu, significava alguna cosa distinta per a ell, especialment l'aparició del nou periodisme electrònic i la presència massiva de la televisió.

Era com si tot allò tan espectacular representés una nova època per a ell. Va ser una senzilla impressió per part meua que probablement, vaig pensar, no era correcta. Però, pocs dies després, vaig llegir la seva crònica sobre el llançament de l'*Apollo 11* -per a mi llegir-lo era alguna cosa més que un costum- i vaig entendre que la meua impressió no era errònia. En l'article seu, publicat un o dos dies després, Massip reflectia el que el nou periodisme significava per a ell. En la crònica, crec recordar, tenia la bondat de citar-me com un element d'aquest nou periodisme televisiu descrivint-me amb una nota d'humor: un Hermida en camisa amb un micròfon a la mà enfront el coet que sortia cap a l'espai...

No ho cito per vanitat -a aquestes alçades la vanitat és un luxe superflu- sinó simplement per subratllar el que ell deia d'ell mateix: es definia com un cavaller de la ploma. I certament ho era.

Jesús Hermida, periodista

va morir de càncer el maig del 1973", recorda el seu nebot.

Iniciada la revolta feixista, Massip continuava sent un home de confiança del president de la Generalitat, a més de ser diputat en exercici i el periodista més ben pagat de Catalunya (1.250 pessetes al mes), segons explica Carles Singla a l'estudi *L'Agrupació Professional de Periodistes (UGT) durant la Guerra Civil*.

FUGIDA A PARÍS

El 29 octubre del 1936, Massip va representar la Generalitat en la recepció a Barcelona del Consejo de Aragón, de caràcter llibertari, però uns dies més tard -de manera, en principi, incomprensible- va fer saber a Josep Maria Lladó la decisió d'abandonar Catalunya.

En el llibre de Josep Maria Figueres, Lladó contextualitza aquella decisió explicant

que, "l'ambient del carrer era horrorós, Massip rebia anònims i tampoc estava d'acord amb tot el que passava a la rereguarda, Ventalló havia hagut de marxar i a Josep Maria Planes l'havien matat". "En aquest panorama, Massip em va dir que se n'anava a París, oficialment només per uns dies, encara que privadament va dir-me que no tornaria", detallava Lladó.

Xavier Muñoz recorda que el seu tiet havia explicat a la família que els grups anarquistes l'amenaçaven per haver ajudat a marxar de Catalunya alguns sacerdots. Segons el nebot del periodista, quan Massip va demanar protecció oficial, el president Companys li va donar llargues i li va insinuar que, "si el perseguïen era perquè alguna cosa hauria fet".

Revisant arxius nord-americans apareix encara un altre motiu personal per a la fugida de Massip en plena Guerra Civil. Una dada que Lladó no hauria mencionat mai i que Xavier Muñoz desconeixia fins ara: el 16 d'agost de 1936 havia nascut Marieta Massip Torrent, filla del periodista i de Ramona Torrent, amb qui encara no s'havia pogut casar.

Massip va marxar com a corresposnal de l'agència Fabra a París i la família es va establir a la capital francesa durant uns mesos. El setembre del 1937, però, el diari de l'AIT *Solidaridad Obrera* el va acusar de fugitiu i poc després l'agència Fabra va fer pública una nota anunciant que l'acomiadaven. Uns mesos més tard, ERC va expulsar Massip per "desafecció al règim".

El 18 de març del 1938, Ramona Torrent va enviar una postal a la família a Barcelona explicant que estaven a punt d'embarcar des de Marsella en direcció a Manila, on Massip treballaria com a director del diari *El Debate*. L'estada a les Filipines es va complicar amb la invasió japonesa i la II Guerra Mundial, i el viatge de tornada a Barcelona, el 1946, tampoc no va ser fàcil.

El 1947, va aconseguir tornar al periodisme i, en poc temps, es va convertir en un



Massip, a l'esquerra, amb l'ambaixador d'Espanya a Washington (centre) i el periodista Torcuato Luca de Tena (dreta). Foto cedida per l'ABC.

corresponsal de prestigi, en especial per la feina a Washington per als diaris ABC i *Diario de Barcelona*, a més de la revista *Destino*.

CRÍTQUES I ELOGIS

Mateo Madrizejos destaca que, “el treball de Massip com a corresponsal ens pot semblar ara la cosa més normal del món però, en plena postguerra era una finestra oberta al món”. “Les seves cròniques eren un exemple de respecte escrupolós pels fets i, al mateix temps, una mostra de capacitat per contextualitzar tot el que explicava des del punt de vista polític i cultural”, explica.

Massip va rebre moltes crítiques per la fugida en plena Guerra Civil i per treballar en mitjans del règim franquista. Agustí Calvet, *Gaziel*, i Lluís Aymamí, per exemple, l'acusaven de traïdor i venut

al feixisme. En la seva mort, per contra, va rebre elogis de tots els colors, també

ES VA EXILIAR A PARÍS, VA EXERCIR A LES FILIPINES I VA ACABAR DE CORRESPONSAL A WASHINGTON PER A L'ABC, EL DIARIO DE BARCELONA I DESTINO

de professionals com ara Nèstor Luján o Manuel Vázquez Montalban.

El seu pensament quedava amagat a les cròniques dels afers estrangers en època franquista, si bé es conserven documents que fan entendre que mai va renegar dels principis democràtics i de l'estima a Catalunya. En una de les seves cartes que es conserven a l'Arxiu Nacional de Catalunya, del 22 de desembre de 1965, intercanvia opinions polítiques amb el seu “amic” Josep Tarradellas i s'expressa en termes tan

poc franquistes com aquests: “a Espanya s'ha de procurar triar, si la tria és possible, entre una transició gradual o una convulsió violenta el dia que desaparegui el dictador”.

Madrizejos i Casasús recorden els rumors que parlaven sobre la col·laboració de Massip amb la CIA o, fins i tot, sobre la sospita que podia haver estat un agent doble. La seva mort a Washington a seixanta-vuit anys, sense haver tingut l'oportunitat de retirar-se a viure a Sitges a escriure les memòries –tal com hauria volgut fer–, va deixar moltes preguntes obertes, però tant hemeroteques com els arxius digitalitzats permeten confirmar, avui dia, que Josep Maria Massip mereix un apartat en la història del periodisme de Catalunya. Ç

LA GUERRA DE LA INFORMACIÓ

Les pressions del govern de l'Afganistan, dels senyors de la guerra
i dels talibans dificulten conèixer la veritat al país

TEXT I FOTOS MÒNICA BERNABÉ



Uns periodistes entrevisten un pres del centre penitenciari de Bagram en el moment en què aquest va ser alliberat.

La catalana Mònica Bernabé és l'única periodista de l'estat espanyol que resideix –des del 2007– a l'Afganistan. Aquesta freelance compagina la seva tasca professional –per la qual ha obtingut els premis Julio Anguita Parrado i Cirilo Rodríguez– amb la presidència de l'Associació pels Drets Humans d'aquest país de l'Àsia Central on, tal com explica en aquest article, els problemes per informar no van finalitzar amb la caiguda dels talibans.

Desenes de periodistes esperen impacients al carrer que la policia afganesa els deixi accedir a l'edifici en construcció on els talibans han estat atrinxerats durant disset hores a Kabul, i des d'on han atacat amb llançagranades les ambaixades alemanya i britànica a la capital afganesa. Quan, finalment, els agents els deixen passar, els reporters hi entren en tromba i fotografien com bojos els cossos dels talibans que jeuen abatuts al terra, mentre els policies els van indicant on es troben els cadàvers. Els fets van ocórrer el 15 d'abril de l'any passat i van ser una repetició més del que ha succeït tantes vegades a Kabul quan hi ha un atac dels talibans i les forces de seguretat afganeses acaben imposant-se a la insurgència.

El passat 16 de maig, hi va haver un altre atac a la capital, però aquell cop els talibans van aconseguir matar sis militars nord-americans que circulaven en dos vehicles blindats. La policia afganesa va repartir bastonades entre els periodistes per evitar que arribessin al lloc de l'atemptat i només els va deixar apropar-s'hi quan els cossos dels militars assassinats ja havien estat retirats i la zona estava gairebé neta.

La guerra a l'Afganistan va molt més enllà dels bombardeigs, dels atemptats suïcides i de les mines antipersona. És una autèntica guerra de la informació, en què les diferents parts immerses en el conflicte intenten escombrar cap a casa seva, i els periodistes es troben en un foc creuat entre els talibans, les tropes internacionals,

els senyors de la guerra, i el pitjor de tot: el mateix Govern afganès.

“Oficialment, a l'Afganistan hi ha més llibertat de premsa ara que abans, durant l'època dels talibans, i fins i tot molt més que al conjunt de la regió. Si bé, a la pràctica, existeixen moltes limitacions i constants amenaces”, assegura Ricardo Grassi, número dos del grup mediàtic Killid, un dels més importants del país,

ELS SENYORS DE LA GUERRA HAN DESCOBERT EN LA TELEVISIÓ I LA RÀDIO UN FILÓ PER DONAR A CONÈIXER EL SEU MISSATGE

i coordinador del Consorci de Mitjans Independents de l'Afganistan, constituït el març de l'any passat per garantir la llibertat de premsa al país.

Les estadístiques corroboren aquesta teoria. Durant el règim talibà, existien un grapat de publicacions i una emissora única, Ràdio Sharia, controlada pel moviment fonamentalista. La televisió estava prohibida. Ara, a l'Afganistan, hi ha 170 emissores de ràdio, unes 2.500 revistes i diaris, i 54 cadenes de televisió. A això, cal afegir-hi la premsa internacional. Totes les grans agències estrangeres de notícies, a més dels diaris de més tirada dels Estats Units i el Regne Unit tenen oficina a Kabul. De vegades, les rodes de premsa a la ciutat són un autèntic formiguer de periodistes.

La legislació afganesa també hi és favorable. El 2008, el Parlament va aprovar una llei de mitjans de comunicació que garanteix l'existència d'un servei públic d'informació i facilita l'obertura de nous mitjans. Amb tot, no és or tot el que llueix, adverteixen els experts.

Molts mitjans de comunicació són propietat de senyors de la guerra, que han descobert en la televisió i la ràdio un filó per donar a conèixer el seu missatge i mantenir la seva influència. D'altra banda, “el fet que el Govern no posi traves a l'obertura de

nous mitjans no vol dir que estigui a favor de la llibertat de premsa”, aclareix Abdul Mujeeb Khalvatgar, director executiu de l'Institut de Mitjans Nai. “Si ho fa, és pel seu propi interès perquè la concessió de llicències li reporta beneficis econòmics”, hi afegeix.

VIOLÈNCIA IMPUNE

L'Institut de Mitjans Nai actua com a paraigua dels mitjans de comunicació a l'Afganistan i forma periodistes. També disposa d'una línia telefònica d'ajuda a reporters amb problemes, que està operativa les vint-i-quatre hores del dia. L'any passat aquest servei va registrar 69 casos de violència i abusos contra periodistes al país, dels quals 45 van ser a mans dels poders públics –sobretot la policia afga-



Els mitjans són una part clau del conflicte. A la imatge, un tècnic als estudis d'Aina TV a Kabul.

nesa, parlamentaris, consellers provincials o guardaespalles de càrrecs públics-, i incloïen detencions arbitràries, insults, amenaces i agressions físiques.

El 2012, van morir dos periodistes a l'Afganistan. Un, a causa d'un artefacte explosiu, la principal arma dels talibans, que normalment amaguen a les carreteres per atemptar contra les tropes internacionals. I, l'altre, va perdre la vida per trets d'individus no identificats que, de fet, constitueixen el segon col·lectiu més

EL GOVERN EXIGEIX ALS MITJANS LOCALS OBIAR INFORMACIÓ QUE GENERI PESSIMISME O INCERTESA QUAN LES TROPES INTERNACIONALS ES RETIRIN

nombrós darrere dels casos de violència contra els reporters al país (19 casos, el 2012), cosa que resulta especialment preocupant. Com que no se sap qui són els agressors, és difícil fer justícia. I impera la impunitat.

Enguany, l'Afganistan ocupa el sisè lloc a l'índex d'impunitat del Comitè per a la Protecció dels Periodistes (CPJ, sigles

en anglès), que recull els països del món on els periodistes són assassinats i els seus crims queden sense resoldre. El CPJ destaca que el nombre de casos d'informadors assassinats en aquest país asiàtic s'ha reduït, encara que lamenta que no s'han fet avenços per esclarir els casos dels periodistes ja morts.

“Per a nosaltres, això és el més alarmant. I també, els abusos del Govern perquè en teoria es tracta d'una institució pública i democràtica. Els talibans són terroristes i ja donem per fet que actuaran amb violència”, declara Khalvatgar. Amb tot, els abusos per part dels talibans van ser mínims l'any passat.

Almenys l'Institut de Mitjans Nai només va registrar quatre casos. Pel que fa a les tropes internacionals, els casos encara van ser menys: només un.

En aquesta obsessió del Govern afganès per controlar els periodistes, el Ministeri d'Informació i Cultura va enviar una carta aquest any a tots els mitjans de comunicació locals, exigint-los que obviïn tota

LES PERIODISTES, MAL VISTES

Elles ho tenen molt més difícil que ells per ser periodista a l'Afganistan. En una societat profundament masclista i conservadora, es veu amb mals ulls que una dona treballi fora de casa, i encara més que tingui una professió com la de reportera. “A Kabul, encara hi pots treballar, però fora, a les províncies, resulta molt difícil”, assegura Shakila Ibrahim Khil, una de les reporteres més conegudes de Tolo News, l'única cadena de televisió afganesa que ofereix notícies les vint-i-quatre hores del dia. “Malgrat això, quan faig entrevistes al carrer, els homes acostumen a molestar-me envoltant-me i llançant-me coses”, explica.

A l'Afganistan, hi ha uns deu mil professionals que treballen als mitjans de comunicació, dels quals es calcula que unes dues mil són dones. Elles també són les que tenen menys accés a la informació. La major part de la població s'informa mitjançant la ràdio, que cobreix un 73% del país, ja que només un 30% dels afganesos i afganeses tenen accés a la televisió, i un escàs 1%, a la premsa escrita. Amb tot, el cap de família a les zones rurals —o sigui, l'home— és qui decideix què s'escolta a la ràdio i quan.

A la pàgina de la dreta, a dalt, un periodista, al plató de la Ràdio Televisió Pública de l'Afganistan a la província de Badghis, al nord-oest del país. A sota, periodistes afganesos filmen i fotografien un talibà que ha estat abatut per la policia a Kabul.





QUÈ EN SABEM?

L'octubre de l'any 2009 vaig anar al quarter general de l'exèrcit afganès a Kabul. Volia, amb el fotògraf Guillermo Cervera, encastar-me en algun dels seus combois per la vall talibana d'Arghandab. Mai no havia patrutat *embedded* en cap exèrcit, però fer-ho en l'afganès ens va semblar interessant. No són ells a qui estem passant els estris per tocar el dos com més aviat millor de l'Afganistan? Els vaig demanar els impresos per omplir i encastar-me amb els seus soldats... "Ho sento. No tenim aquest tipus d'impresos", em van dir. "No necessito omplir cap paper? No volen les meves dades?", vaig preguntar sorprès. "És que ningú no ens ho havia demanat abans", em van respondre. Havien passat més de set anys des de l'entrada de les tropes occidentals i a cap periodista occidental no se li havia ocorregut abans patrutar amb la tropa afganesa. Com estem relatant l'Afganistan els periodistes el poc que relatem? Què en sabem dels seus somnis? Què en sabem dels seus desitjos sexuals i de com miren als ulls de la mort? Estem descrivint l'ansietat dels afganesos o ens limitem a projectar la nostra sobre una pantalla de burques?

Plàcid Garcia-Planas

Cap d'Internacional de *La Vanguardia* i corresponsal de guerra

AGRESSIONS I ASSASSINATS A PERIODISTES EL 2012

| | |
|--------------|-----------|
| ASSASSINATS | 2 |
| FERITS | 9 |
| DETINGUTS | 3 |
| APALLISSATS | 19 |
| INSULTATS | 11 |
| AMENÇAATS | 25 |
| TOTAL | 69 |

Font: Institut de Mitjans Nai de l'Afganistan

ORÍGENS DE LA VIOLÈNCIA CONTRA PERIODISTES EL 2012

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| VIOLÈNCIA PER PART DEL GOVERN | 45 |
| VIOLÈNCIA PER PART DE DESCONEGUTS | 19 |
| VIOLÈNCIA PER PART DELS TALIBANS | 4 |
| VIOLÈNCIA PER PART DE L'OTAN | 1 |
| TOTAL | 69 |

informació que pugui generar pessimisme o incertesa en la població afganesa sobre la situació del país a partir del 2014, quan està previst que el gruix de les tropes internacionals es retirin finalment de l'Afganistan. Així mateix, l'any passat el Govern va amenaçar amb restringir la feina al diari nord-americà *The New York Times* per difondre una imatge "massa

QUAN HAN DE DIFONDRE UNA INFORMACIÓ DELICADA, TOTS ELS MITJANS HO FAN ALHORA PER EVITAR REPRESÀLIES

pessimista" sobre el país després de la marxa de les forces estrangeres.

"I no només es tracta de la guerra, hi ha molts altres factors a tenir en compte. Per exemple, la religió. Què és antiislàmic? El Govern qualifica d'antiislàmica qualsevol informació que no li interessa que es doni", es queixa Grassi, que explica que l'objectiu de crear l'any passat el Consorci de Mitjans Independents era precisament contrarestar aquesta situació. "Quan hem de difondre una informació delicada, ho fem tots els mitjans de comunicació a la vegada per, d'aquesta manera, evitar les represàlies", detalla el responsable del grup Killid. Actualment, el Consorci el conformen divuit mitjans de comunica-

ció i un dels seus principals objectius és fomentar l'opinió i el debat públics.

PROBLEMES DE MOBILITAT

Ara bé, més enllà de les traves del Govern, els periodistes afganesos també destaquen els pals a les rodes que la insurgència els posa. Quan a l'Afganistan preguntem a un reporter quina és la principal dificultat per informar, tots contesten, sense cap mena de dubte, "moure's pel país".

La falta de seguretat a les zones rurals per la presència de talibans o grups armats incontrolats impossibilita la feina dels periodistes. Anar a determinades àrees és simplement impossible. En conseqüència, *encastar-se* en les tropes internacionals -com es coneix en l'argot periodístic acompanyar a una unitat militar- és una de les poques maneres per arribar a llocs on el reporter no pot anar sol.

"Donem notícies de tota la província de Badghis", afirma convençut Habibullah Morghabi, director de la Ràdio Televisió Pública de l'Afganistan a aquesta província del nord-oest del país on les tropes espanyoles es troben destinades. Ara bé, admet que ni ell ni cap dels seus reporters



Els Estats Units han impulsat diferents mitjans. A la imatge, un militar nord-americà es dirigeix a la població des d'una emissora local a la província d'Uruzgan.

surten mai de la capital provincial. La seguretat no és bona, ni tenen diners per pagar el cost del transport, justifica.

LES TROPES DELS EUA TENEN UN POTENT EQUIP DE PREMSA I HAN CREAT UNA XARXA DE RÀDIOS LOCALS DES D'ON ES DIRIGEIXEN A LA POBLACIÓ

“Els caps de la policia, del districte o de l'exèrcit afganès ens faciliten les dades”, resol. I aquí és on comença la guerra de la informació.

Les fonts oficials del Govern i de les tropes internacionals intenten donar una imatge positiva del conflicte, com si les forces estrangeres i afganeses estiguessin guanyant la guerra. Per a això, les tropes nord-americanes disposen d'un potentís-

sim equip de premsa que genera notícies constantment, i també han fomentat la creació de tota una xarxa de ràdios locals des d'on els mateixos militars es dirigeixen a la població. Es tracta d'emissores molt simples, que normalment s'ubiquen dins de les mateixes

bases militars de les forces estrangeres, i es redueixen a una petita estança amb un equip de so i un locutor local.

Per la seva banda, els talibans també disposen de tota una maquinària de propaganda que té com a objectiu magnificar les baixes de les forces estrangeres i afganeses. Editen pamflets, parlen a les mesquites, i sobretot difonen missatges a través d'Internet a gran velocitat. Abans que el

Govern afganès o l'OTAN hagin ni tan sols reaccionat, ells ja han donat a conèixer la seva versió dels fets als mitjans de comunicació. I com els periodistes no poden comprovar amb els seus propis ulls què ha passat, perquè difícilment poden arribar al lloc de la notícia, s'han de limitar a reproduir la informació que els proporciona una i altra font. La veritat és difícil de conèixer-la. Ç

Més informació a:

nmi.edu.af → Institut de Mitjans Nai
[youtube.com/user/monicabernabe](https://www.youtube.com/user/monicabernabe) → Pàgina de YouTube de Mònica Bernabé
afgancat.org/es → Versió espanyola de l'Associació pels Drets Humans a l'Afganistan (ASDHA)

+ 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

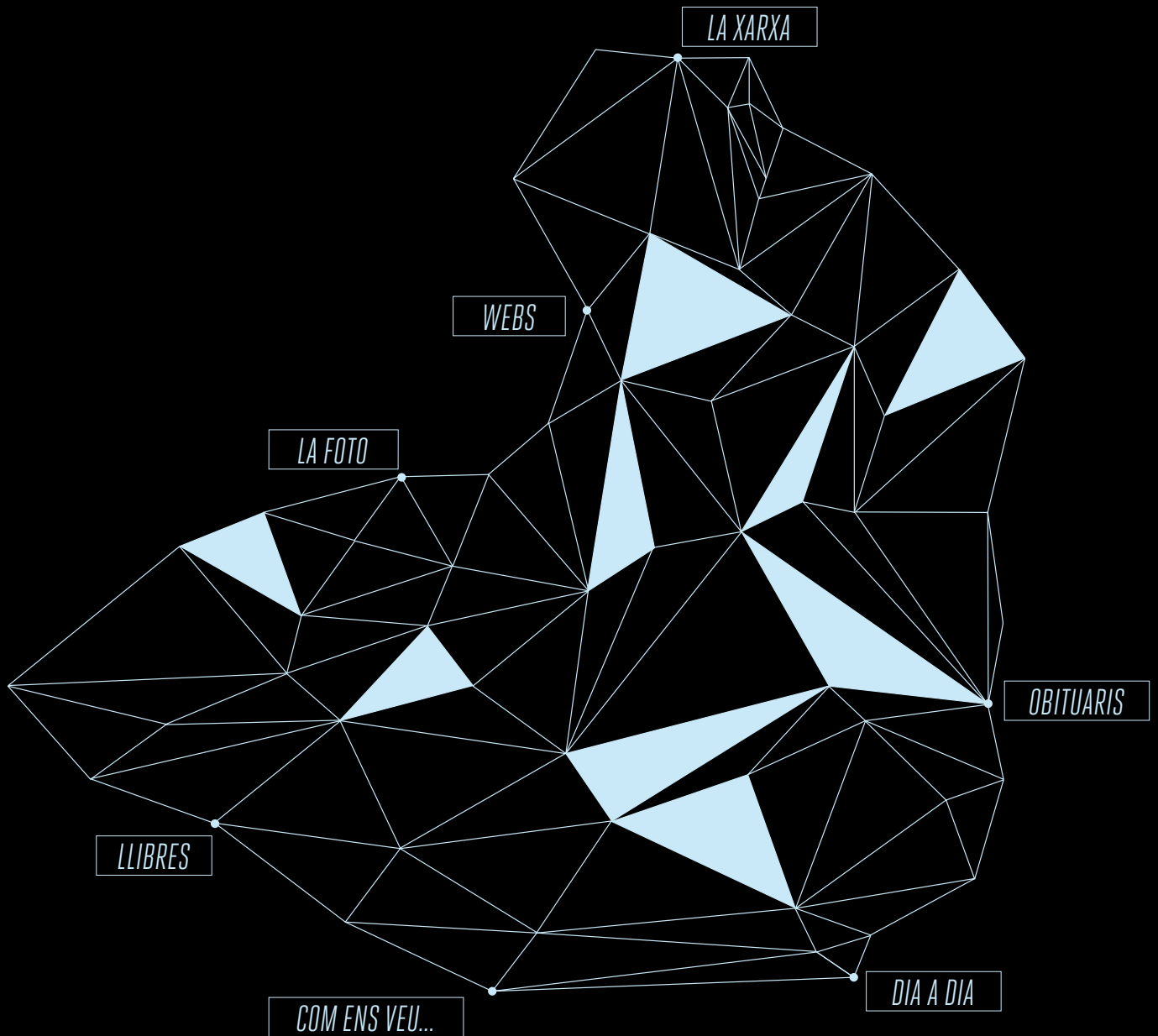


Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



BLOCAIRE D'ÈXIT

<http://dish.andrewsullivan.com/>

Un cas per animar els emprenedors. A principi d'aquest any, el comentarista i escriptor Andrew Sullivan, nascut a Anglaterra, establert als Estats Units i amb una llarga experiència a diaris i revistes, va orientar el bloc *The Daily Cap* a un sistema de pagament: 20 dòlars l'any. A final de juny, ja tenia més de 27.000 subscriptors. Al bloc treballen una desena de professionals que escriuen sobre política, societat i cultura.

EL CAS SNOWDEN

www.youtube.com/watch?v=5yB3n9fu-rM

www.youtube.com/watch?v=OWVGDBer4ZI

Dos vídeos sobre Edward Snowden. El primer (12' 35") és un reportatge, amb la seva participació, enregistrat a Hong-Kong el passat mes de juny. El segon (5' 23") és un curt de ficció que recrea l'operatiu que l'excol·laborador de la CIA i l'NSA va seguir per denunciar l'espionatge internacional organitzat per les autoritats nord-americanes.

BRADLEY MANNING

www.bradleymanning.org

La Bradley Manning Network dona suport al soldat nord-americà acusat de filtrar els milers de documents secrets distribuïts posteriorment per WikiLeaks i recull notícies sobre el cas. Inclou el vídeo "I'm Bradley Manning", amb la participació de famosos, com el director de cinema Oliver Stone.

PROPOSTES DE CANVI

<http://ijd.sparknews.com/>

Una vintena de publicacions de tot el món —entre aquestes *La Stampa* (Itàlia), *CaiXin* (Xina) i *Folha de Sao Paulo* (Brasil)— participen en el projecte Impact Journalist Day, que publica informes especials amb possibles solucions als problemes del món actual. La idea va néixer a Sparknews, una plataforma digital que recull projectes i propostes de canvi.

DOCUMENTAL SOBRE WIKILEAKS

www.facebook.com/WWeStealSecrets

El documental "We Steal Secrets: the story of WikiLeaks", s'ha estrenat en algunes sales i es pot veure via Internet. El director és Alex Gibney, que va guanyar l'Oscar l'any 2008 pel documental "Taxi to the Dark Side", sobre l'Afganistan. Aquí podeu trobar el tràiler i més informació.



L'ESPIONATGE A FRANÇA

www.lemonde.fr/societe/article/2013/07/04/revelations-sur-le-big-brother-francais_3441973_3224.html

Le Monde destapa que l'Estat francès té un programa secret d'espionatge que rastreja els senyals emesos pels ordinadors i els telèfons dins França, així com les comunicacions digitals entre el territori francès i l'estranger.

EL LLIBRE DE CAFÈ AMB LLET

www.cafeamblllet.com/press/wp-content/uploads/2013/06/CAPS3.pdf

Aquí podeu trobar, gratis i en format PDF, el primer capítol del llibre *Artur Mas: on són els meus diners? Crònica d'una batalla per la sanitat pública*, de Marta Sibina i Albano Dante, editors de la revista *Cafè amb Llet*. Aquesta publicació té diversos contenciosos

judicials amb la Generalitat per les informacions verades sobre la sanitat catalana.

LLEIS DE TRANSPARÈNCIA

www.rti-rating.org

Aquest lloc internacional recull, analitza i valora les lleis de transparència de tots els països del món. De moment, Espanya no surt a la llista, ja que és un dels pocs països europeus que encara no té operativa aquesta norma.

PANORÀMICA DE REUTERS

<http://widerimage.reuters.com/>

Una aplicació gratuïta de Reuters per a iPad amb imatges d'actualitat i elements interactius. Permet conèixer el context de cada història i els fotògrafs de l'agència que han fet les fotos.

XARXA SOCIAL PER A PERIODISTES

www.jolsocial.com

Una xarxa professional exclusiva per a periodistes, estudiants i professionals de la comunicació. "Sigues independent, però no estiguis sol", diu el text de benvinguda. Els primers sis mesos són gratuïts. Té en projecte una botiga per comercialitzar articles.

COMIC JOURNALISM, EL PODER DEL DIBUIX

Joe Sacco o Dan Archer reinventen el reportatge amb historietes gràfiques que qüestionen el periodisme tradicional



Proyecto Nepal de Dan Archer

El còmic i els mitjans mantenen una antiga relació que passa per les tires dels diaris, els acudits o els dibuixos de to editorial que acompanyen alguns articles. I, darrerament, n'ha sorgit un nou element, l'anomenat *comic journalism*, que proposa reportatges periodístics amb els dibuixos i la narrativa dels tebeos com a substituïts del text i les fotos.

Es tracta d'un gènere amb noms importants com Joe Sacco o Dan Archer, que defensen publicacions com *Revue XXI* i del qual podem trobar exemples interessants a molts països. Alguns treballs sobre les revoltes de la Primavera Àrab o el 15-M a Espanya estarien en aquesta línia. I també autors com Sarah Glidden, amb treballs sobre Israel i l'Orient Mitjà, o Guy Delisle, sobre Corea del Nord i Birmània.

Potser algú arrufarà el nas davant l'etiqueta *comic journalism*. Sembla que la visió informal del tebeo i la suposada objectivitat del periodisme no puguin encaixar. I més si les històries tracten guerres, injustícies i temes socials. Cal recordar que els treballs més coneguts de Sacco són sobre la Palestina, l'Iraq, Txetxènia o la guerra dels Balcans. O que Archer és especialista en el comerç de persones, un fet que ha estudiat sobre el terreny a diferents llocs del món.

Doncs bé, la veritat és que els termes *còmic* i *periodisme* poden encaixar, que en alguns casos ho fan molt

bé i que som davant d'un gènere que, a més d'uns valors propis, té uns plantejaments radicals que qüestionen certs aspectes del periodisme actual.

Dan Archer ho descriu així: "El que realment m'agrada dels còmics és que són molt mal·leables. Es dirigeixen a una àmplia franja demogràfica i són el millor mitjà per arribar al públic jove". I, tal com diu Sarah Glidden, "el periodisme té una ètica i quan estic fent periodisme gràfic penso en les seves regles, però ha de quedar clar que igual de subjectiu pot ser un reportatge de text en què també es trien unes paraules".

D'altra banda, Sacco en el llibre-recull *Reportajes* comenta alguns temes interessants. Sobre la subjectivitat i que, en moltes de les seves històries, ell sigui un personatge més, diu: "Accepto les implicacions del reportatge subjectiu i prefereixo posar-les de

TOT I QUE S'HA GUANYAT EL RESPECTE DEL PÚBLIC I ESTÀ DE MODA, LES RELACIONS AMB ELS MITJANS SÓN COMPLEXES

manifest. Ja que és difícil (encara que no impossible) distanciar-se d'una narració, en general, ja no ho intento. L'efecte en termes de periodisme és alliberador. Ja que sóc un personatge en la meua pròpia obra, em concedeixo permís periodístic per mostrar la meua interacció amb els altres".

FUTUR DIFÍCIL

Tot i que actualment s'ha guanyat el respecte del públic i que està de moda, el *comic journalism* no sembla tenir un futur fàcil. Les relacions amb els mitjans de comunicació tradicionals, quan existeixen, són complexes. Això explica que Dan Archer hagi resolt part de l'economia del proper treball –sobre el comerç de persones a Nepal– amb el micromecenatge aconseguit a Internet a través del portal digital Kickstarter. I Sacco, que ha publicat en mitjans de referència, explica en el seus treballs algunes de les dificultats viscudes. Comenta, per exemple, que els responsables de *Harper's Magazine* no volien rostres de personatges massa expressius i que van empetitir les vinyetes; o que els editors del *New York Times* van analitzar tots els detalls dels dibuixos amb un puntillisme quasi malaltís, cercant possibles missatges subliminals.

D'altra banda, no tots els intents de *comic journalism* són reeixits. I no es veu clar que aquesta proposta tingui cabuda en tots els mitjans o que les historietes dibuixades serveixin per tractar qualsevol tema. També ens podem preguntar quant autors són capaços d'afrontar, amb solvència, els reptes estilístics i morals que planteja un gènere arriscat i modern, malgrat l'aparença naïf i retro que li dona el retorn al paper i el llapis en plena era digital.

Potser un dels missatges del *comic journalism* és que cal recuperar alguns valors perduts. Aquesta sembla, almenys, la dèria que mou Sacco, que explica, així, el principal objectiu: "Em preocupa, sobretot, de la veu d'aquells que poques vegades són escoltats i no crec que sigui responsabilitat meua acomodar la seva opinió a les disculpes dels poderosos. Aquests últims solen estar ben servits pels mitjans de comunicació de masses o pels propis òrgans de propaganda".

MÉS INFORMACIÓ A:

PDF d'un dels treballs de Joe Sacco per a *The Guardian*

<http://image.guardian.co.uk/sys-files/Guardian/documents/2006/01/20/fullsacco1.pdf>

Web del llibre *Reportajes*, de Sacco

www.reservoirbooks.com/libro/reportajes

Interactiu de Dan Archer sobre els orígens del *comic journalism*

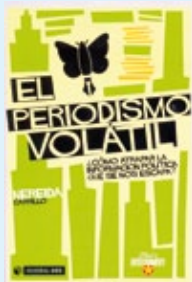
www.poynter.org/latest-news/top-stories/143253/an-introduction-to-comics-journalism-in-the-form-of-comics-journalism/

El nou projecte de Dan Archer a Kickstarter
www.kickstarter.com/projects/archcomix/graphic-journalism-on-human-trafficking-in-nepal

Web de Sarah Glidden
<http://sarahglidden.com/>

Web de Guy Delisle
www.guydelisle.com

Web de la revista *Revue XXI*
www.revue21.fr



EL PERIODISMO VOLÁTIL.

Cómo atrapar la información política que se nos escapa?

Nereida Carrillo | Editorial UOC, 2013 | 83 pàgines

La recerca d'un nou model per a un periodisme en crisi és el tema d'aquest llibre. Nereida Carrillo descriu com la cultura de l'espectacle ha impactat en les històries i la professió fins a convertir el periodisme en volàtil i superficial. Un periodisme que, segons l'autora, està marcat per l'entreteniment informatiu o infoentreteniment, que prioritza els rumors i les construccions interessades dels fets, i que utilitza el llenguatge del dramatisme. L'obra analitza amb detall la hibridació de l'entreteniment amb la informació política i planteja alguns debats: l'actual infoentreteniment

està allunyant els ciutadans de la política?, com es podrien reforçar els vincles del triangle entre ciutadans, política i periodisme? Periodista freelance, consultora web i professora de Periodisme, Carrillo és doctora en Comunicació i Periodisme per la UAB amb un treball sobre infoentreteniment i eleccions, una línia d'investigació que segueix abordant com a membre del grup Comunicació y Responsabilidad Social (Comress-Incom UAB). També ha treballat com a docent a la UAB, la URV i la UOC.



PERIODISME SOTA SOSPITA

Narcís-Jordi Aragó | A Contra Vent Editors, 2013 | 659 pàgines

Considerat un dels grans mestres del periodisme català, Narcís-Jordi Aragó relata vint-i-cinc anys d'una professió exercida sota l'atenta mirada de la censura franquista. La crònica comença l'any 1952 i s'acaba el 1977. Un temps ple de denúncies, expedients, plecs de càrrecs, sancions administratives, multes econòmiques, detencions, processaments, sentències i presó. Amb una prosa pulcra i precisa, evoca en aquestes memòries múltiples episodis insòlits amb el compromís esperançat des de *Presència*, el setmanari que va dirigir entre el 1967 i 1979. Besnét, nét, nebot i fill de periodistes, Narcís-Jordi Aragó va néixer a Girona l'any 1932. A més del setmanari

Presència, també va dirigir la *Revista de Girona* (1985-2009), després d'haver estat redactor en cap de *Vida catòlica* (1962-1967). També ha escrit a *Tèle/eXprès* (1970-1980) i ha presidit el consell editorial d'*El Punt-Avui*, diari en què publica una columna setmanal. És autor de *Girona grisa i negra* (1972) i *Retrats a mitja tinta* (2011) i altres llibres.

EL MISTERIO DEL YOGUR CADUCADO O CÓMO REINVENTAR LOS PERIÓDICOS

Xavi Casinos | Editorial UOC, 2013 | 118 pàgines

El periodista Xavi Casinos ha escollit un relat d'Arthur Conan Doyle per retratar metafòricament el periodisme actual. Al relat s'explica la impossibilitat de vendre iogurts caducats en un mostrador situat al costat d'un altre on s'està venent el mateix producte, però fresc i gratis. Casinos assegura que l'actual periodisme escrit pretén que els ciutadans paguin per informacions que ja es poden considerar part del passat, mentre que poden obtenir notícies d'última hora i, a més, gratuïtament. Es tracta d'un assaig que analitza els principals problemes de la premsa impresa i

exposa també quins haurien de ser els camins per trobar nous models de negoci per sobreviure a l'era 2.0. Xavi Casinos és responsable dels continguts audiovisuals d'*El Periódico de Catalunya* des de novembre de 2011. Entre altres feines anteriors, va ser el conseller delegat de l'Agència de Comunicació Local (ACL), cap de Premsa de l'Ajuntament de Barcelona, comissionat del president de la Diputació de Barcelona per a les Xarxes de Comunicació Local, director de Comunicació de la societat pública municipal Infraestructures del Llevant de Barcelona, SA, vinculat al Fòrum 2004. Abans, havia exercit en diferents seccions d'*El Periódico de Catalunya*.

EL FILM RESEARCHER

Iris López de Solís

Editorial UOC, 2013

116 pàgines



Qui s'encarrega de localitzar les imatges d'arxiu que s'inclouen en pel·lícules com *Forrest Gump*, *Buenas noches y buena suerte*, *The Queen* o *Argo*? On es troben aquestes imatges, quant valen i quines són les més adequades? Qui cobreix les necessitats de material d'arxiu en una sèrie com *Cuéntame cómo pasó*? La resposta és el *film researcher*, una figura professional encara poc coneguda a Espanya, però imprescindible en les produccions audiovisuals en altres països. Documentalista a TVE i *film researcher* de sèries de televisió com *Cuéntame cómo pasó* i pel·lícules com *Lola* o *La voz dormida*, Iris López de Solís ens presenta la professió amb aquest llibre, descobrint-nos com es porta a terme una recerca en arxius audiovisuals de tot el món, com es negocia la compra d'imatges o com es duen a terme totes aquestes gestions des del punt de vista legal. És el primer llibre en llengua castellana dedicat a aquesta nova especialitat professional, a cavall entre la documentació i la comunicació audiovisual.

EUROPA A LA DERIVA

Gavin Hewitt

Alianza Editorial, 2013

358 pàgines



Gavin Hewitt és director, per a Europa, de la BBC des de l'any 2009. Premiat i prestigiós periodista, havia treballat anteriorment com a corresponsal per a aquesta cadena, cobrint històries en tot el món, com la caiguda del mur de Berlín, la invasió de l'Iraq o la campanya d'Obama. Aprofitant una posició privilegiada per conèixer de primera mà tot el que estava passant, presenta amb aquest llibre una crònica de la crisi de l'euro, en què analitza quines en van ser les causes, com s'han vist afectats els diferents països, a quins dilemes s'enfrontaven els líders, quines postures adoptaven i per què, quines han estat les implicacions de la crisi per a la idea d'Europa, com s'han viscut els moments clau, tant en les cimeres polítiques com en les protestes protagonitzades pels ciutadans als carrers... Hewitt repassa tots aquests temes en un reportatge ple d'anècdotes i entrevistes amb els prin-

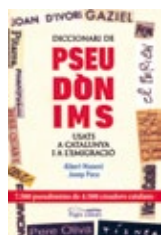
cipals actors d'aquesta crisi, que comparteixen espai també amb el testimoni de persones corrents que estan patint d'una manera especial els efectes d'aquest desastre que ha transformat la vida de tots.

— ◆ — DICIONARI DE PSEUDÒNIMS USATS A CATALUNYA I A L'EMIGRACIÓ

Albert Manent i Josep Poca

Pagès Editors, 2013

599 pàgines



Els escriptors Albert Manent i Josep Poca han aplegat en aquest diccionari 7.500 pseudònims utilitzats a Catalunya i a l'emigració. Hi ha tant els clàssics d'escriptors o periodistes com firmes d'historietistes, de dibuixants de còmic i de pintors poc coneguts i també noms artístics de cantants, mags, humoristes, actors, directors i productors de cinema, teatre o televisió i de personatges del món de l'espectacle. Fins i tot hi ha algun *alter ego* o àlies de personatges radiofònics i televisius que s'han fet tan populars que són coneguts per aquest fals nom. Al final, a manera d'índex, hi ha una llista dels 4.500 creadors que han utilitzat algun pseudònim. Manent, Premi d'Honor de les Lletres Catalanes, és autor de biografies com *Josep Carner i el Noucentisme* (1969) o *Marià Manent, biografia íntima i literària* (1995). Josep Poca ha publicat centenars d'articles de caràcter sociopolític.

— ◆ — RUMORS EN GUERRA.

Desinformació, internet i periodisme

Marc Argemí Ballbé

A Contra Vent Editors, 2013

203 pàgines



Els rumors han existit sempre i, de fet, són una de les formes d'intercanvi comunicatiu més usats entre les persones. Han nodrit, i continuen fent-ho, la fama de pobles i governants, d'artistes, de cantants i de tota persona pública, en temps de pau i de guerra. En aquest llibre, l'autor ens transporta concretament a la Segona Guerra Mundial, un període que permet estudiar el rumor per tots els costats. Marc Argemí és llicenciat en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona (2001) i doctor per

aquest mateix centre (2012) amb una tesi doctoral sobre la credibilitat dels rumors i les notícies. És periodista i en l'actualitat dirigeix Sibilare, consultora estratègica en el mateix tema: rumors i credibilitat.

— ◆ — INFOENTRETENIMIENTO.

El formato imparable de la era del espectáculo

Carme Ferré Pavia (ed.)

Editorial UOC, 2013

127 pàgines



Aquest llibre pretén ser una aportació acadèmica completa, però amena, al fenomen dels formats de l'entreteniment. Col·laboren en aquesta obra el periodista Toni Soler qui, abans del programa *Polònia*, havia dirigit *Set de nit*, un magazín humorístic que parodiava l'actualitat periodística, i diferents professors universitaris que ordenen llurs aportacions. Catalina Gayà s'ocupa de contextualitzar l'era de l'espectacle i l'infoentretainment com a fenomen cultural global. Nereida Carrillo detalla les postures acadèmiques sobre el fenomen i sobre com ha estat interpretat. Iliana Ferrer és coautora juntament amb Carme Ferré (ed.) del capítol que rescata exemples internacionals dels programes més destacats. El quart capítol, a cura de José Carlos Lozano, aborda els efectes polítics i ciutadans del corrent; mentre que Diego F. Montoya estudia les narratives transmedials i la vida quotidiana a la Xarxa.

— ◆ — FOTOGRAFÍA DE ALTA CALIDAD

José María Mellado | Anaya Multimedia, 2013 |

526 pàgines



José María Mellado és l'autor de fotografia de més èxit en llengua castellana i tot un referent en l'edició fotogràfica tant en l'àmbit nacional com internacional. En aquest llibre, concebut per a fotògrafs professionals, però també per als aficionats que s'estan iniciant en aquest món, presenta una revisió completa del seu mètode de treball, introduint les millores que ha anat experimentant durant els últims anys. L'obra desvetlla des de les tècniques més bàsiques a les més complexes, integrades a la perfecció en un mètode de treball que ja han utilitzat milers de fotògrafs. Un mètode que l'autor

ha aconseguit perfeccionar utilitzant les últimes eines que posa al seu abast la tecnologia. Al mateix temps, i aprofitant la seva experiència com a docent en els tallers que imparteix, inclou moltes noves tècniques específiques que, considera, seran de molta utilitat per als diversos col·lectius de fotògrafs. El treball de Mellado ha estat reconegut amb més d'un centenar de premis i les seves obres figuren en importants col·leccions i museus.

— ◆ — HERALDO DE MADRID. TINTA CATALANA PARA LA II REPUBLICA ESPAÑOLA

Gil Toll | Editorial Renacimiento, 2013 | 486 pàgines



Gil Toll signa aquesta biografia de l'*Heraldo de Madrid*. Una biografia necessària ja que, tot i que va ser líder de la premsa republicana a Espanya fins al final de la Guerra Civil, la seva història és força desconeguda com a conseqüència de diversos factors, com ara la incautament que va patir, l'exili dels propietaris i de molts dels periodistes, així com la presó d'alguns altres. Aquest llibre recupera els vint anys anteriors a la fi del mitjà, fent un retrat d'un dels grans protagonistes de la informació i la cultura espanyoles des de la versió més liberal i oberta al món. Aquest va ser l'estil adoptat per Manuel Fontdevila com a director, portant la gosadia periodística molt més enllà de la lletra impresa i convertint-se en un popular personatge del Madrid republicà. Sota les seves ordres, Manuel Chaves Nogales va ser el cap d'una redacció en la qual es van formar també noms coneguts com César González Ruano o Manuel del Arco. O altres que passarien a l'oblit amb l'exili, com Juan G. Olmedilla o Carlos Sampelayo. Colombine, la primera dona periodista, també va ser una de les habituals a les seves pàgines, igual que Valle-Inclán o García Lorca.





Doug Menuez

A PROP DELS GENIS

Doug Menuez és un fotògraf establert a Nova York que, el 1985, va aconseguir el permís d'Steve Jobs per seguir-lo de prop. Al llarg dels anys, Menuez va ampliar aquell treball amb una setantena d'empreses d'innovadors i inventors d'una tecnologia que revolucionaria les nostres vides, i d'aquí sorgeix l'exposició "Doug Menuez. Un geni audaç: la revolució digital a Silicon Valley, 1985-2000", organitzada per la Fundació Photographic SocialVision i La Virreina Centre de la Imatge, on es pot visitar fins al 24 de setembre. A la fotografia, Steve Jobs a Palo Alto, el 1986, tot pensant una resposta.

SARA CREUS

El 26 de maig moria als cinquanta-vuit anys aquesta periodista nascuda a Barcelona el 1954 que treballava a TV3 des de 1984, on va ser redactora d'Informació política i de Catalunya des dels orígens de la cadena catalana. Els seus companys de TV3 li van dedicar un escrit de condol i de record on es podia llegir que "la mort de la Sara no només deixa un buit profund als companys de Política i de Cap de setmana de TV3, també el deixa a tota la professió de Catalunya i a tota la professió periodística. El país necessita de gent rebel, crítica, inconformista, polèmica i contestatària com ella. Gràcies, Sara, per tot el que ens has donat. Et trobarem a faltar".

EMILIO LÓPEZ VALLS

Nascut a Ceuta el 1946, Emilio López Valls va morir el 27 de juny a Barcelona, víctima d'un infart. Aquest periodista i advocat, va exercir la tasca professional en diversos mitjans de comunicació. Així, va dirigir els informatius a Radio Nacional de España a Catalunya en els difícils temps de la Transició. Amb la seva experiència va formar molts informadors de l'agència EFE. Les primeres aparicions a la televisió van ser a Televisió Espanyola a final dels anys 80. El 1996, va ser escollit president de l'Associació Professional, Lliure i Independent (APLI). L'any 1999, es va incorporar a l'equip d'Onda Cero Radio com a subdirector d'Informatius. També va ser cap de Premsa del Ministeri d'Agricultura amb el ministre Miguel Arias Cañete.

JOSEP GONELL SOLSONA

El 30 de juliol va morir a Tortosa un dels periodistes històrics de les Terres de l'Ebre, el periodista i sacerdot Josep Gonell Solsona, víctima d'una llarga malaltia. Havia arribat a Tortosa el 1964 procedent del Maestrat. Sociòleg i periodista, va ser un dels primers corresponents que va escriure sobre la polèmica central nuclear dos anys abans de la posada en marxa. Amb Joaquim Roglan van destapar la greu contaminació que provocava la planta d'Erkímia a Flix. Fidel seguidor del Concili Vaticà II, va compaginar el treball periodístic amb el pastoral. Va ser cap de premsa del Bisbat de Tortosa i durant molts anys va exercir com a corresponent d'*El Periódico de Catalunya*. Va escriure les memòries en el llibre *Cròniques de joventut en lletra menuda*. També havia escrit *Los gitanos en la sociedad española* i *Técnicas de comunicación*.

CARMELO MONCAYO

El veterà periodista esportiu, Carmelo Moncayo va morir el passat 21 de juny a vuitanta-sis anys. Nascut a la navarresa localitat de Tudela, va arribar a Lleida als pocs mesos de vida. La seva mort ha causat un profund disgust en el món de l'esport i en general a tot Lleida. Des dels primers temps, va estar vinculat al diari *La Mañana*. Moncayo va compaginar la feina a la banca amb l'ofici de periodista esportiu en diversos mitjans, entre aquests Ràdio Lleida Cadena SER. Durant seixanta-cinc anys va ser el corresponent d'*El Mundo Deportivo* a Lleida. Dos dies abans de morir, va enviar a *La Mañana* el darrer article titulat "Personatges històrics de l'esport lleidatà".

JOAQUIM ROBERT

El fotoperiodista Joaquim Robert Ruiz va morir l'1 de juliol a setanta-sis anys, víctima d'un càncer. Nascut a Blanes el 1936 i gran afeccionat a la fotografia, va immortalitzar la vida social, cultural i política de Blanes i la Costa Brava. Amb Josep Maria Padern, va fundar l'Associació Fotogràfica i Cinematogràfica de Blanes en la dècada dels seixanta. Va treballar a *Los Sitios*, *Diari de Girona* i les revistes *Recull* i *Celobert*. També va exercir de corresponent a la Costa Brava sud per a l'*Independent* de Perpinyà. Va donar el seu fons a l'Arxiu Municipal de Blanes.

CONCHA GARCÍA CAMPOY

Concha García Campoy va morir el 10 de juliol a causa d'una leucèmia als cinquanta-quatre anys. Nascuda a Terrassa el 1958 i filla de pares andalusos, va passar gran part de la infància a Eivissa, on va començar la seva carrera. Es va iniciar en els serveis informatius de la Cope. El 1983, va entrar a TVE i dos anys més tard debutava com a presentadora del *Telediario*. Va presentar l'informatiu durant dos anys al mateix temps que dirigia *Las mañanas de radio 1* a RNE. El 1987 s'incorpora a la SER per presentar *A vivir que son dos días*. L'activitat professional va continuar en programes a Antena 3 Radio, Punto Radio i Onda Cero, entre altres.



LLUÍS DíEZ-SOLANO

El 12 de juliol va morir a Barcelona a setanta-dos anys el fotoperiodista Lluís Díez Solano. Tenia una fecunda trajectòria professional desenvolupada entre París, on va residir entre els anys 70 i 80; i Barcelona, on va coincidir en la creació, l'organització sindical dels periodistes catalans. Fins fa pocs mesos, va formar part de la direcció i també havia estat a l'executiva de la Federació de Sindicats de Periodistes. La passió per la fotografia el va fer participar en nombroses exposicions. El 2006, va rebre el premi Professional del Visa Pour l'Image de Perpinyà.

RAFA GONZÁLEZ

El passat 7 d'agost moria el periodista Rafa González als quaranta-quatre anys d'edat després de vint-i-cinc anys de carrera. Periodista esportiu de Tarragona i gran afeccionat al Nàstic, aquest club no tan sols es va convertir en la seva passió sinó que també va esdevenir un gran coneixedor del club. Periodista d'enorme popularitat a Tarragona, va treballar al *Nou Diari*, *Cope*, *Onda Rambla*, *Canal Català* o *Diari Més*, entre altres.

Crea el teu
propi espai
al catàleg del
Centre de
Documentació
i les biblioteques
del Col·legi!

ENCARA NO L'HAS FET SERVIR?

Ja pots consultar el catàleg en línia dels fons documentals de les biblioteques de Girona i Lleida i del Centre de Documentació del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

- Trobaràs 7.000 referències especialitzades en comunicació de massa i exercici de la professió periodística.
- Podràs crear la teva pròpia biblioteca, els teus llistats, comentar i etiquetar els documents...



MAIG

1 de maig

PERIODISTES DE L'EBRE AL PRIMER DE MAIG. Una àmplia representació del col·lectiu de periodistes i comunicadors de les Terres de l'Ebre participa en la manifestació del primer de maig a Tortosa convocada pel sindicats majoritaris. Amb el suport del Col·legi de Periodistes, els comunicadors ebrencs participen a l'acte amb una pancarta amb el lema: "Sense periodisme no hi ha democràcia. sos periodisme ebrenc". En acabar la manifestació, periodistes de Catalunya Ràdio, de TV3 de www.aguaita.cat i de Canal 21 TV, juntament amb la presidenta de la Demarcació, Amparo Moreno, signen un manifest públic en defensa del periodisme a les Terres de l'Ebre. La professió ha perdut, i segueix perdent, un important nombre de llocs de treball a la zona.



Foto: DM Terres de l'Ebre

Els periodistes a la manifestació.

2 de maig

EL DRET DE LA GENT GRAN A UNA INFORMACIÓ ÈTICA. El Col·legi de Periodistes acull la conferència sobre el dret de la gent gran a rebre una informació ètica. L'acte està organitzat pel Consell de la Informació de Catalunya (CIC) amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes. Obre l'acte Lúcia Oliva, presidenta del CIC, i Lluís Foix, periodista i escriptor. Assisteixen a la trobada Mario Cugat, president de l'Associació Gent Gran, i Dolores Gordo, secretària general de Benestar Social de la Generalitat. Oliva explica que el CIC està interessat a saber els presumptes greuges dels usuaris a fi i efecte que la gent gran tingui confiança en els periodistes professionals que contrasten la informació. D'altra banda, Foix insisteix en la necessitat de garantir l'ètica de la informació tant en les notícies informatives com en articles d'opinió o tertúlies.

3 de maig

DIA DE LA LLIBERTAT DE PREMSA. Reporters sense Fronteres presenta l'informe anual sobre llibertat de premsa. Segons aquesta entitat, en els darrers anys, 90 periodistes i 48 internautes han estat assassinats,

a més de 300 periodistes i autors de blocs que han estat empresonats. A banda dels actes violents, la crisi afecta periodistes, i per això, amb motiu del Dia de la Llibertat de Premsa, l'Associació Mundial de Periòdics i Editors de Notícies ha fet una crida per defensar-la en països afectats per la violència contra els mitjans. En aquesta diada, també s'han lliurat els premis Llibertat d'Expressió de la Unió de Periodistes Valencians. Un està dedicat al comitè d'empresa de Radio Televisió Valenciana per "la defensa d'una ràdio i una televisió públiques en valencià i de qualitat". Finalment, s'atorga el Premi Casa Amèrica de Catalunya a la Llibertat d'Expressió a Sergio González Rodríguez, periodista i assagista, en reconeixement al seu treball de denúncia de la violència relacionada amb el narcotràfic a Mèxic.



Foto: Sergio González

Sergio González amb el premi de Casa Amèrica

LLIURAMENT DEL PREMI JOSEP PERNAU. El Saló de Plens de La Paeria (Lleida) acull el lliurament dels guardons de la setena edició del concurs Josep Pernaú. Júlia Cecília, de l'Institut Josep Lladonosa, i Llibert Rexach, de l'Institut Samuel Gili i Gaya, són els guanyadors de les dues categories respectives amb les obres *Literatura a 1,20* i *En moments excepcionals corrupcions excepcionals*. L'acte va estar presidit per l'alcalde de Lleida, Àngel Ros; el regidor d'Educació, Jesús Castillo; el representant dels centres d'Ensenyament, Miquel Àngel Cullerès, i la vídua de Josep Pernaú, Carme Mas. En l'edició d'enguany es van presentar 244 treballs, 28 més que el 2012 i el doble que en la primera edició.



Foto: La Paeria

Foto de família amb els diferents guardonats

6 de maig

NOVES DELEGACIONS DE CATALUNYA RÀDIO. Catalunya Ràdio obre els nous centres territorials emplaçats als Pirineus, Catalunya Central i les Terres de l'Ebre. La mesura suposa la supressió d'una trentena de corresponals cobertes per col·laboradors. Segons la direcció, els nous centres es cobriran amb professionals que tindran dedicació plena. La nova organització ha provocat malestar entre els treballadors de l'emissora pública, segons va fer saber des dels primers moments el comitè d'empresa.

EL MUNDO ACOMIADA CINC TREBALLADORS DE LA DELEGACIÓ DE CATALUNYA. El diari *El Mundo* anuncia l'acomiadament de cinc dels setze treballadors de la seu catalana. Quatre dels acomiadats són periodistes i el cinquè és administratiu. Aquesta decisió també implica la desaparició de les seccions de Cultura i Fotografia.

7 de maig

CONVENI ENTRE EL COL·LEGI I L'ADPC. El degà del Col·legi, Josep Maria Martí, i la presidenta de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, Carolina Barber, formalitzen un nou conveni per col·laborar en tot el que faci referència al tema de gènere. El conveni precisa que la delegada d'aquesta matèria del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Marga Solé, continuarà sent la persona encarregada d'estudiar i fer arribar al degà les propostes, suggeriments i projectes de l'Associació. Aquestes propostes seran elevades a la Junta del Col·legi i, si les aprova, es tiraran endavant. El conveni també inclou la cessió d'ús i en règim compartit amb altres associacions de periodistes d'un espai de les instal·lacions de la seu central del Col·legi.

JOAN CARLES VALERO, NOU CÀRREC A ABC I VOCENTO. El periodista Joan Carles Valero és el nou responsable de relacions institucionals i externes del diari *ABC* i del Grup Vocento a Catalunya. Aquest periodista, amb més de 35 anys d'experiència i professor de Periodisme a la Universitat Abat Oliba-CEU, així com en el Màster d'aquesta universitat i de la Ramon Llull, ha format part de la plantilla d'ABC des de la creació de l'edició catalana del diari, vint-i-cinc anys enrere. Anteriorment, havia estat redactor d'*El Periódico de Catalunya*, *El Noticiero Universal* i corresponal de l'Agència EFE i l'*Hoja del Lunes*. Als anys setanta, havia estat fundador i el primer director de Ràdio L'Hospitalet i fundador del setmanari *El Llobregat*.

Valero compaginarà les relacions institucionals amb la coordinació editorial dels suplementes i amb les seves col·laboracions en el suplement Empresa i amb les anàlisis que publica setmanalment l'edició catalana del diari.



Foto: Ardüno Yannucchi

El veterà periodista Joan Carles Valero

PREMI VILA DE GRÀCIA PER GRACIAMON. L'ajuntament de Barcelona ha concedit el premi Vila de Gràcia, en comunicació, a la TV per Internet Graciamon.cat, un canal de televisió local recolzat per la Universitat Autònoma de Barcelona i dirigit per Manuel López, professor emèrit i periodista. Aquest guardó valora la tasca realitzada per Graciamon al districte de Gràcia i a Barcelona, i reconeix la feina feta i el desenvolupament i aplicació de les tecnologies modernes al servei de la ciutadania. Graciamon és una entitat sense ànim de lucre sostinguda per voluntaris que també acull estudiants i llicenciats joves de la UAB. *Graciamon.cat* va ser creada tres anys enrere com a experiència pilot i en aquest temps ja ha produït 2.200 vídeos, alguns dels quals han servit a la justícia per determinar culpabilitats com en el cas de la jove Ester Quintana, que va resultar ferida, possiblement per una pilota de goma llançada pels mossos d'Esquadra durant una manifestació.



Foto: Graciamon

Els responsables de Graciamon amb el guardó

8 de maig

SEMINARI DE COMUNICACIÓ INSTITUCIONAL EN L'ESPORT. El Col·legi de Periodistes i l'Associació de Comunicació Política (ACOP) organitzen el seminari "Gabinets i comunicació institucional en l'esport",

en què participa el periodista de TVE i vocal de la Junta de Govern del Col·legi, Pere Ferreres, Gerard Gui, cap de Gabinet de Presidència del F.C. Barcelona, Yuri Morejon, soci director de Comunicar es Ganar (assessors de comunicació per a esportistes d'elit) i Marc Casanovas, cap de Premsa i Relacions externes del DIR. A l'acte s'analitzen casos concrets de la gestió d'un gabinet en un club com el Barça, els aspectes que més es poden treballar a nivell d'assessorament de comunicació estratègica i els reptes que ha d'afrontar la comunicació institucional en l'àmbit esportiu.

9 de maig

RECOINEIXEMENT DE RÀDIO ASSOCIACIÓ A JOSEP MARIA MARTÍ. El degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Josep Maria Martí, rep un reconeixement a la trajectòria professional durant la tretzena edició dels premis de Ràdio Associació de Catalunya, que van tenir lloc a l'auditori de l'ONCE de Barcelona. Martí, va ser director de la SER a Tarragona i de Ràdio Barcelona i la Cadena SER-Catalunya entre 1989 i el 2002. Professor titular de Comunicació Audiovisual de la UAB i secretari general dels Premis Ondas de Ràdio i Televisió, ha participat en investigacions sobre comunicació social i ha escrit, entre altres, els llibres *De la idea a la antena* (2000) *La ràdio: de la telegrafia sin hilos a los satélites* (1985), *Nuevos formatos de radio en USA* (1995) i *La ràdio a Catalunya* (1996). També es van distingir altres professionals, com Josep Cuní, pel programa *8 al dia* i a Sergi Cutillass per la tasca tècnica a Catalunya Ràdio.

DIGITALITZACIÓ D'ANNALS DE PERIODISME CATALÀ. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Consorci de Biblioteques Universitàries signen un conveni per incorporar la que va ser revista del col·legi, *Annals de Periodisme Català*, al seus arxius. La revista va ser editada pel Col·legi de Periodistes entre 1984 i 1998. Anteriorment, entre 1933 i 1936 havia estat editada per l'Associació de Periodistes de Barcelona. Actualment, s'està digitalitzant el contingut d'aquesta revista. A partir d'ara, *Annals de Periodisme Català* es podrà consultar al dipòsit digital cooperatiu *Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO)* (www.cbuc.cat), que vetlla per difondre articles de revistes científiques, culturals i erudites catalanes. El conveni forma part del Pla Estratègic 2012-2014 del Centre de Documentació Montserrat Roig, que té com a objectiu preservar i difondre la memòria de l'associacionisme català mitjançant la digitalització.

11 de maig

L'ACN, A MATERNITAT. L'Agència Catalana de Notícies (ACN) deixa la seu a Barcelona i es trasllada a les dependències de la Xarxa a la Maternitat de Barcelona. El trasllat no és tan sols una mesura d'estalvi, sinó que s'intueix una probable fusió entre l'ACN i La Xarxa (procedent de la fusió de COMRÀDIO, la Xarxa de Televisions Locals i La Malla), propietat en un 90% de la Diputació. L'ACN és una agència de la Generalitat participada en un 30% per la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

12 de maig

FESTA REIVINDICATIVA DE TV3 AL MOLL DE LA FUSTA. Els treballadors de TV3 celebren una festa reivindicativa al Moll de la Fusta de Barcelona per agrair la confiança que els dispensen els ciutadans i alertar del perill que assetja el futur dels mitjans públics. L'acte compta amb música de *Lax'n Busto*, *Mishima* i *Gossos*, entre altres. També hi ha activitats lúdiques i intervencions de diversos professionals que apareixen a la cadena. L'acte, titulat "Tinc ganes de veure't", està organitzat per uns 500 treballadors de la cadena. Vint mil persones gaudeixen de la festa.

14 de maig

A LA MEMÒRIA DE FRANCESC CANDEL. El Col·legi de Periodistes acull el Memorial Francesc Candel amb el lliurament de les distincions atorgades enguany. L'acte està presidit per la consellera d'Ensenyament, Irene Rigau. Els presents a la taula destaquen com Candel, sense ser català ni periodista, va integrar-se a Catalunya i com, amb els escrits, va explicar i defensar els nouvinguts. En honor al seu treball, el Col·legi serà d'ara en endavant la seu de la Fundació Candel. Els guardonats de 2012 a qui es lliuren els premis són la Fundació Lluís Carulla per la seva funció socio-cultural, la Cooperativa COOP 57 de serveis financers, ètics i solidaris, a més del periodista Joan Carles Peris.

PREMI MADRID A RAFAEL JORBA. Rafael Jorba, periodista de *La Vanguardia*, rep el XII Premio Diario Madrid de Periodisme en un acte a la capital espanyola, a la seu de la Fundació Diario Madrid. Jorba (Igualada, 1956) és assagista, excoorresponsal, analista internacional, membre de l'equip d'edició del diari i autor d'assaigs com *Catalanisme o nacionalisme* o *La mirada del otro, manifiesto por la alteridad*. El periodista Lluís Foix és l'encarregat de presentar el guardonat, amb el que ha treballat al diari del grup Godó. Durant l'acte, el també periodista Miguel Àngel Aguilar

recorda que el *Diario Madrid* va haver de tancar l'any 1971 degut a la “falta d'entusiasme en l'elogi a Franco”.

15 de maig

NEIX CATALUNYAPLURAL.CAT. El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCC) acull la presentació del nou diari digital *Catalunyaplural.cat* impulsat per la Fundació Periodisme Plural i que s'integra dins *Eldiario.es*. La presentació és a càrrec del periodista i exdegà del Col·legi de Periodistes Josep Carles Rius, que assumeix la direcció del nou mitjà. L'acompanyen, entre altres, Ignació Escolar, director d'*El diario.es*; el polític Joan Subirats i el periodista Antonio Baños, tots ells membres del Patronat de la Fundació, que defensa “el periodisme independent i els valors progressistes”. El Patronat està integrat per 47 persones i es renovarà cada dos anys i vol ser “un pont per regenerar la democràcia a Catalunya i altres pobles d'Espanya”.



Foto: Carmen Secanella

Un moment de l'acte al CCCB

16 de maig

TROBADA AMB EL DEGÀ A LLEIDA. Té lloc a la demarcació de Lleida una trobada amb el degà Josep Maria Martí. Explica als assistents el contingut de l'informe *Nínxols d'ocupació per a periodistes*, acordat entre el Col·legi de Periodistes i el Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) i elaborat per la facultat de Comunicació Blanquerna sota la direcció del professor Lluís Micó. El document planteja possibilitats de feina per a periodistes en els difícils moments actuals.

MARUJA TORRES DEIXA *EL PAÍS*. La periodista i escriptora Maruja Torres deixarà de col·laborar amb *El País* en haver-la fet fora de la secció d'Opinió del diari, segons ella mateixa explica al compte de Twitter. Torres (Barcelona, 1943) va ingressar a *El País* el 1982 procedent de les revistes *Garbo* i *Fotogramas*.

18 de maig

LA PREMSA COMARCAL RESISTEIX. Olot acull la presentació del *Llibre blanc de la premsa comarcal* durant la setena convenció de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC). L'informe assenyala que tot i que la premsa de proximitat “ha empitjorant una mica en relació amb l'any passat amb la desaparició de quatre capçaleres impreses”, la caiguda és inferior a la que ha registrat en el conjunt del sector. *El llibre blanc* assenyala que, actualment, hi ha a Catalunya 119 publicacions d'àmbit local i comarcal que venen 160.000 exemplars diaris. Amb aquestes dades, els assistents a la trobada reivindiquen el periodisme de proximitat. D'altra banda, Olot atorga el VII Premi d'Investigació Universitària al terrassenc Joan Francesc Fondevila per l'ús de la tecnologia als diaris de l'ACPC. Fondevila és director del departament de Ciències de la Comunicació de la Universitat Abat Oliva-CEU i director del Centre d'Estudis sobre el Cable (Cecable).



Foto: ACPC

Joan Francesc Fondevila, al recollir el premi

20 de maig

DUES MIL TRANSMISSIONS D'EN PUYAL. Joaquim Maria Puyal i el seu equip celebren les dues mil transmissions del futbol en català, que es van complir el 16 de febrer. L'acte s'ha fet coincidir amb la celebració del títol de Lliga del Barça en una festa a l'antiga fàbrica Estrella Damm, on han concorregut diferents equips de professionals que han acompanyat el conegut periodista en les diferents etapes de la transmissió des de l'any 1976.

21 de maig

TAULA RODONA SOBRE LA QUALITAT PERIODÍSTICA. El Col·legi de Periodistes celebra una taula rodona durant la presentació del llibre *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, una obra col·lectiva encapçalada pel periodista i catedràtic de Periodisme de la Universitat de València, Josep Lluís Gómez Mompert. En l'acte participen Josep Maria Martí, degà del Col·legi; Joan Manuel Tresserras, professor de Comunicació de la UAB i exconseller

de Cultura i Mitjans de Comunicació; Mònica Terribas, periodista i consellera delegada de l'*Ara*; Milagros Pérez Oliva, periodista d'*El País*; Enric Marín, coautor del llibre i professor de Comunicació de la UAB, i Lluís Gómez Mompert, impulsor de l'obra. Els assistents destaquen el moment de transformació de la professió, reivindiquen el periodisme des de la política, així com la importància dels mitjans de comunicació públics.

23 de maig

CONVENI DEL COL·LEGI AMB LA UAB. El degà del Col·legi de Periodistes, Josep Maria Martí, i el degà de la facultat de Ciències de la Comunicació, Josep Maria Català Domènech, signen un conveni de col·laboració en el qual acorden que el Col·legi de Periodistes farà difusió entre els col·legiats dels programes d'estudis de Periodisme i Comunicació audiovisual de la facultat, mentre que aquesta difondrà els cursos de formació continuada que ofereix el Centre de Formació i Desenvolupament del Col·legi. També es farà difusió del programa d'actes, conferències, premis i altres comunicacions que la facultat determini que poden ser d'interès per als alumnes. A més, el Col·legi autoritzarà la participació d'alumnes de quart curs en actes i serveis col·legials, com ara la borsa de treball, el Centre de documentació o l'assistència a conferències, exposicions i presentacions.

LA BARCELONA DE HUERTAS CLAVERIA. Es presenta al Col·legi de Periodistes el llibre *Josep Maria Huertas Claveria i els barris de Barcelona*. Antologia de reportatges escrits per Josep M. Huertas Claveria entre 1964 i 1975 a l'entorn dels barris de la ciutat. L'obra, editada per Quaderns de Carrer, és una iniciativa de l'Associació de Veïns de Barcelona (AVVB) i de la revista *Carrer* per rememorar el periodista i cronista de Barcelona. Huertas va morir el 2007, quan era degà del Col·legi de Periodistes.



Foto: Ignasi R. Renom

Assistents a l'acte amb un exemplar del llibre

L'ARA BALEARS, ARRIBA A LES ILLES. Arriba als quioscs de les Illes i a Internet el diari *ARA Balears*, l'única publicació en català existent a les Illes. Es tracta de la iniciativa d'un grup de periodistes i empresaris mallorquins que han rebut el suport de les empreses editores de l'ARA i del diari *Balears*, al qual substituirà. El nou rotatiu es defineix com "un mitjà de comunicació modern, independent, rigorós i de qualitat". La periodista Catalina Serra en serà a partit d'ara la directora.

25 de maig

NEIX EL COL·LEGI DE PERIODISTES D'ANDALUSIA. Es constitueix el Col·legi Professional de Periodistes d'Andalusia en el transcurs d'una assemblea celebrada a Antequera. L'única llista a la Junta de Govern està encapçalada per Antonio Manfredi. S'aproven els estatuts i l'informe de la comissió gestora provisional. El Col·legi d'Andalusia neix amb l'objectiu de defensar l'ètica professional i la formació per a nous models del periodisme.

27 de maig

EN MEMÒRIA DE JOSÉ COUSO. El Col·legi de Periodistes acull una taula rodona en memòria de José Couso, el càmera mort deu anys enrere durant la guerra a l'Iraq. La trobada és moderada per la periodista Rosa Maria Calaf i compta amb la participació de Javier Couso, germà de José Couso; Marc Marginedas, enviat especial a zones de conflicte d'*El Periódico de Catalunya*, i Jaume Saura, coautor del llibre *El conflicto de Iraq y el Derecho Internacional: El caso Couso*. Deu anys després de la mort de Couso, estan processats per l'Audiència Nacional els tres militars que ordenaren, autoritzaren i dispararen el tret, així com dos dels seus superiors, que va acabar la vida del càmera.

28 de maig

NOVA COOPERATIVA PER AL MERCAT DE TREBALL. Es presenta a la seu del Col·legi de Periodistes el projecte "Se Buscan Periodistas-CA" amb vista a impulsar el mercat de treball, dignificar la professió i donar suport a les noves iniciatives. El degà, Josep Maria Martí, presenta la nova cooperativa, sense ànim de lucre i nascuda el 2012 a Andalusia, que vol tenir projecció a tot l'Estat. La plataforma va ser creada de la mà del periodista José Bejarano i d'un grup de professionals del sector i vol servir, entre altres coses, com a paraigua perquè els socis facturin els treballs com a autònoms a empreses i a institucions.

ons. D'aquesta manera, els socis poden cotitzar a la Seguretat Social pel temps real de treball, en lloc de tot el mes, així com tenir l'opció d'escollir el tipus de tributació de l'IRPE, en lloc de fer-ho a un 21%.

29 de maig

INFORME DE LA MESA SECTORIAL. Es presenta al Centre de Cultura Contemporània (CCCB) el document *Propostes d'actuació davant la crisi del sector de comunicació*, elaborat per la Mesa sectorial dels mitjans de comunicació de Catalunya. La Mesa sectorial compta amb la participació de més d'una quarantena d'entitats. Una de les moltes propostes per frenar la crisi del sector és reconèixer la comunicació com un sector estratègic per al país.

LA CCMA INICIA LA FUSIÓ DE TVC I CATALUNYA RÀDIO. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) aprova el començament del procés de fusió de Televisió de Catalunya i de Catalunya Ràdio amb l'objectiu de crear una societat anònima sota una única estructura. A l'entorn del projecte, sobrevola l'ombra de possibles retallades salarials i de plantilla sobre les quals la CCMA no es defineix. Dins dels processos de reestructuració i tancament de les delegacions de TV3 es produeix l'ocupació de la seu de la Generalitat a Perpinyà a càrrec d'una delegació de la Defensa de la Llengua i la Cultura Catalanes.

30 de maig

L'APEC LLIURA EL PREMI ERNEST UDINA. L'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) lliura el VIII premi Ernest Udina a la trajectòria europeista a David Gardner, periodista i editor de la secció d'Internacional del diari *Financial Times*. L'acte ha tingut lloc a la seu de les institucions europees de Barcelona. El col·lectiu Emma ha estat guardonat amb la Menció Honorífica.



Gardner (a la dreta) en el lliurament del guardó

NOVA DEMARCACIÓ A LA CATALUNYA CENTRAL. L'Assemblea General Extraordinària del Col·legi de Periodistes aprova per majoria la creació d'una demarcació territorial a la Catalunya Central. Aquesta nova demarcació estarà integrada per les comarques del Bages, Anoia, Osona, Berguedà, Solsonès i la Cerdanya. Per tirar endavant amb aquest canvi de representació territorial ha calgut modificar dos aspectes dels Estatuts, concretament els que feien referència al nombre de demarcacions, que ara es veurà ampliada de cinc a sis, i la incorporació del nom de la nova demarcació. A l'Assemblea també s'expliquen les actuacions i la feina feta durant el 2012 i s'aproven per unanimitat tant la memòria de l'exercici com el compte de resultats i l'aprovació del pressupost del 2013.

31 de maig

LLIURAMENT DELS PICA D'ESTATS A LLEIDA. La Diputació de Lleida acull el lliurament dels Premis Internacionals Pica d'Estats. En els diferents apartats, reben premi el diari comarcal *Som Garrigues*, la revista *De viatges* i el suplement *Idees Teletodo* per la sèrie de reportatges publicats a *El Periódico de Catalunya*. En televisió, i a títol pòstum, el guardó s'atorga a Toni Nadal per *Espai terra* de TV3. En Premsa internacional, es premia el reportatge *Skiing the Spanish Pyrenees*, publicat al *New York Times Travel*. En ràdio, es distingeix l'emissora EMUN/COMRàdio per la sèrie de reportatges al programa *Toquem el dos*. El guardó en l'àmbit de reportatge fotogràfic és per a la revista *Descobrir Catalunya*.



Els diferents guardonats d'enguany

TV3 TANCA LA CORRESPONSALIA DE PERPINYÀ. El periodista Pere Codonyan corresponsal de TV3 a Perpinyà des de 1994 posa punt final a la seva col·laboració al tancar-se la corresponsalia de la cadena catalana a la Catalunya del Nord. Representants d'entitats culturals, cíviques, socials i esportives de la Catalunya del Nord en representació de la societat civil havien instat, sense èxit, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, al Parlament i al Govern de

la Generalitat a renunciar al tancament de la delegació de TV3 a Perpinyà. Brauli Duart, president de la CCMA, diu que “confia tornar a obrir la corresponsalia de Perpinyà amb personal propi de la casa”.

JUNY

1 de juny

NOVA PLAÇA HUERTAS CLAVERIA AL POBLE NOU. L'alcalde de Barcelona, Xavier Trias inaugura al barri de Sant Martí -entre els carrers Bilbao, Pallars i Marià Aguiló- la plaça Josep Maria Huertas Claveria. L'acte d'inauguració de la nova plaça, abans coneguda com Can Felipe, reuneix familiars i amics del periodista, així com la vídua, Araceli Aiguaviva.

GALA DELS PREMIS DE COMUNICACIÓ. El Teatre Metropol de Tarragona acull la gala dels Premis Anuals de Comunicació, organitzats pel Sindicat de Periodistes de Catalunya i el programa *La República Checa* i la revista *+Actual*. La gala té caràcter solidari. La recaptació és íntegrament per a la Fundació Bonanit. S'atorguen un total de vuit premis en un acte que presenta el periodista Manel Fuentes.

4 de juny

GEMMA NIERGA REP EL QUIM REGÀS. La periodista Gemma Nierga rep al Parlament de Catalunya el premi de periodisme Quim Regàs pel programa *Hoy por hoy* de la cadena SER. El premi va ser creat per amics del desaparegut periodista amb l'objectiu de preservar-ne la memòria”. Nierga va recordar que el periodisme “està en un moment canviant i incontrolable” i va instar els polítics a “oblidar diferències” i a recordar que una majoria electoral absoluta “no és un xec en blanc”.

6 de juny

FOTOPERIODISTES GIRONINS A SALT. La Mostra de Fotoperiodistes Girona 2012, que consta d'una cinquantena de fotografies realitzades per professionals gironins, arriba a la biblioteca pública Iu Bohigas de Salt, on es pot veure fins al 30 de juny. L'exposició ha estat organitzada pel Col·lectiu de Fotoperiodistes, la Diputació, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Ajuntament de Salt.

10 de juny

EL PUNT-AVUI I L'ECONÒMIC, PREMIATS. La patronal de les petites i mitjanes empreses de Catalunya (Pimec) atorga el guardó al millor treball periodístic en temes econòmics al *El Punt-Avui* i al setmanari *L'Econòmic*, que s'encarta el dissabte amb *El Punt-Avui*. L'acte té lloc al Palau de Congressos de Catalunya amb l'assistència del president de la Generalitat, Artur Mas, que lliura el premi al director d'*El Punt-Avui*, Xevi Xirgo, i al de *L'Econòmic*, Ramon Roca..

11 de juny

ELS REDACTORS DE WIKIDIARI, SUBVENCIONATS. Els redactors de *Wikidiari.info* més implicats en el projecte rebran mensualment una part de les subvencions que la Fundació Ferrer Eguizábal destina cada any al Col·legi de Periodistes. Les beques seran per a aquells que s'hagin distingit en la contribució i dedicació a *Wikidiari* i per la qualitat dels treballs. *Wikidiari.info* és un web de notícies escrit per periodistes col·legiats que rep més de cinc mil visites úniques mensuals. La plataforma compta amb una dotzena de col·laboradors i vol ser un aparador dels treballs periodístics dels col·legiats. Està impulsat per Xavier Mas de Xaxàs, tesorero de la Junta de Govern, i dirigit per Oleguer Sarsanedas. Cada mes es destinaran tres beques als redactors més implicats en el projecte, amb les remuneracions de 500€, 250€ i 100€. Les primeres beques són per a Ana Vallina, José Luis Gómez Galarzo i Francisco Javier Rodríguez.



Un consell de redacció de Wikidiari

Foto: Wikidiari

GRÈCIA TANCA LA TELEVISIÓ I RÀDIO PÚBLIQUES. El Govern grec ordena el tancament fulminant, de la televisió pública que deixa al carrer 2.656 treballadors. La mesura té efecte amb immediatesa, sis hores després de donar-se l'ordre. La supressió de la radiotelevisió grega converteix el país en l'únic de la Unió Europea sense televisió pública. A l'anunci del tancament ha precedit un decret llei que permet acomiadar els empleats de la cadena.

PERE BUHIGAS REFLEXIONA SOBRE LA TELEVISIÓ PÚBLICA. El cap d'informatius -fins a mitjan de juliol- de RTVE a Catalunya, Pere Buhigas, va ser l'amfitrió d'un col·loqui al Col·legi de Periodistes sobre televisió que portava per títol “Nous reptes de la televisió pública en un espai audiovisual en transformació”. Buhigas, llicenciat en Periodisme i enginyer tècnic en telecomunicacions, forma part de la plantilla de TVE a Catalunya des de 1979. El 2007 va ser nomenat cap d'Informatius de TVE a Catalunya i des del novembre també de RNE-Catalunya. L'acte va coincidir amb l'anunci del govern grec de suprimir la ràdio, televisió pública grega. Buhigas va parlar de l'estat de l'actual plantilla de TVE a nivell estatal, conformada per uns 6.000 treballadors, dels quals 1.500 corresponen a l'àrea d'informatius, així com d'aspectes de la programació, de les audiències i dels reptes de futur. L'acte va ser moderat pel periodista Juan Pablo Torrents-Faura.



Buhigas i Torrents-Faura en un moment de l'acte

EL GRUP BARNILS APROVA UN NOU PLA ESTRATÈGIC. El Grup de Periodistes Ramon Barnils aprova en assemblea un nou pla estratègic per als pròxims cinc anys. L'objectiu és “fer créixer l'entitat, millorar-ne la incidència pública, ampliar-ne les línies de treball i la representació al territori”. El pla busca divulgar la manera d'entendre el periodisme i fer-la pública a través de *Mèdia.cat*. També cercarà el mecenatge d'universitats i altres agents per elaborar una quarta edició de l'*Anuari dels silencis mediàtics*.

12 de juny

ERO A TV3 I CATALUNYA RÀDIO. El Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) acorda iniciar un Expedient de Regulació d'Ocupació (ERO) que afectarà un màxim de 312 treballadors de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio. També proposa una rebaixa salarial d'un 7,5% per a la plantilla formada per uns 2.100 treballadors a TVC i uns 430 a Catalunya Ràdio. La direcció de la CCMA explica en un comunicat que amb la proposta d'una nova dimensió de personal i reducció salarial

edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local. L'acte està organitzat pel Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona. La inauguració va a càrrec del president de la Diputació de Girona, Joan Giraut, i del president de la demarcació de Girona del Col·legi, Narcís Genís.



Foto: Pere Duran

Un moment de la inauguració de la mostra

17 de juny

LA JUSTÍCIA GREGA ORDENA REOBRIR LA TELEVISIÓ PÚBLICA. El Consell d'Estat, tribunal suprem administratiu de Grècia, decreta el restabliment "immediat" del senyal d'emissió de la radiotelevisió pública grega (ERT) tancada l'11 de juny fins que se n'estableixi una de nova. El comitè d'empresa de l'ERT sol·licita una mesura cautelar que suspengui el tancament fins a la decisió final del recurs presentat pels treballadors contra la desaparició de la cadena pública. El primer ministre, Andoni Samaras, proposa en una reunió amb els socis de govern una "reobertura parcial" amb un equip reduït per "salvar la crisi."

18 de juny

ZARZALEJOS, PREMI DE L'APM. El periodista, José Antonio Zarzalejos, rep el premi Rodríguez Santamaría de periodisme de l'Associació de la Premsa de Madrid. (APM) en un acte que té lloc a la seu del govern regional madrileny. Durant l'entrega es destaca l'alt nivell professional de qui va ser director d'ABC, així com la seva independència de criteri i el seu compromís ètic. L'APM entrega també els premis Víctor de la Serna a José Yoldi d'*El País* i el premi Javier Bueno a Carlos Alsina, director del programa *La brújula* d'Onda Cero.

19 de juny

NOU DEBAT DE PERIODISME SOLIDARI. La comissió de Periodisme Solidari del Col·legi celebra un debat sobre la situació actual i les perspectives de futur dels refugiats amb motiu del Dia Internacional de les Persones Refugiades, que té lloc el 20 de juny

a nivell internacional. En l'acte participen Antoni Lluch Rovira, exdirector de l'Associació Catalana de Solidaritat i Ajuda als Refugiats (ACSAR) i autor del llibre *Babel. 25 anys de refugiats a Catalunya*. L'acte està moderat per Regina Mercedes Fuenzalida, periodista, exrefugiada xilena i membre del Grup de Treball de Periodisme Solidari. Durant el transcurs de l'acte, es presenta el vídeo *Ser refugiat a Barcelona* a càrrec de Joan Reventós, director del Comitè Català de l'ACNUR, en què parlen tres refugiats a Catalunya.

20 de juny

SOLIDARITAT DEL COL·LEGI AMB LA TELEVISIÓ GREGA. Se celebra a la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes un acte de solidaritat amb la televisió pública grega (ERT), tancada de manera sobtada pel govern d'Andoni Samaras. Hi participen els periodistes experts en informació internacional, Xavier Mas de Xaxàs, de *La Vanguardia*; Silvia Heras, de TV3, i Marc Vidal, de l'ARA. Intervé en el debat des de Madrid, a través d'Internet Dora Makri, corresponal a Espanya de la televisió pública grega.

PREMI PETXINES DE LA INFORMACIÓ. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes celebra al Cafè Metropol el lliurament dels guardons de la tradicional festa de les Petxines de la Informació a empreses, institucions o persones pel treball als mitjans. La Petxina Oberta és per a aquells que hagin facilitat el treball als periodistes, i la Petxina Tancada, per a la font informativa que ha dificultat més la tasca dels periodistes. D'altra banda, la Petxina Daurada s'atorga al Periodista de l'Any que més ha treballat en favor de la professió. En aquesta XXI edició, la Petxina Oberta és per al Casal Amic i, ex aequo, per a la Plataforma d'Afectats per la Hipoteca (PAH), mentre que la Tancada recau en BCNworld. El Col·legi ha decidit concedir la Petxina Daurada a tots els periodistes que "cada dia intenten fer una feina digna i honesta en aquests moments de crisi".



Foto: Pere Toda

Els diferents premis d'aquesta edició

CATALUNYA RÀDIO COMPLEIX 30 ANYS. El 20 de juny de 1983, naixia Catalunya Ràdio. Amb aquest motiu, l'emissora ofereix una programació especial que commemora 30 moments destacables recollits en esdeveniments que han marcat la història de l'emissora des dels primers moments. El primer so va ser el d'unes campanades creades per Lluís Llach, mentre que la primera veu que es va escoltar a mitjanit fou la d'un jove de 17 anys, Miquel Calçada. Posteriorment, el 10 de maig de 1987 va néixer Catalunya Música i el setembre de 1992 es posava en marxa Catalunya Informació.

23 de juny

BARCELONA ACOLLIRÀ EL CONGRÉS PERIODÍSTIC MUNDIAL. La capital catalana serà durant dos anys consecutius la seu del congrés mundial de la Global Editors Networks (GEN), que aplega directores de diaris i alts càrrecs del sector de la premsa. Així ho ha anunciat l'organització durant la clausura del simposi celebrat a París. L'objectiu de la GEN és investigar i compartir les noves tendències que "afavoreixin la innovació en el periodisme de qualitat".

25 de juny

MASTERCLASS AMB CARLES CAPDEVILA. El director de l'ARA, Carles Capdevila, ofereix una *masterclass* al Col·legi de Periodistes amb l'objectiu de mirar al futur i parlar sobre com crear i cocrear nous mitjans socials i comunitats digitals. "Estem en anys nous molt emocionants per al periodisme, però a la vegada molt difícils. Ens trobem només al principi de la seva transformació", assegura. Capdevila recorda l'inici de la creació de l'ARA, que ja està a punt d'arribar als mil números. Davant de nombrosos col·legiats, apunta que ens trobem en una "incomodatat horrosora, perquè estem vivint un moment històric que presagia l'extinció del paper" i recorda, que "les grans marques i capçaleres han sortit en moments de crisi".



Foto: Ignasi R. Renom

Capdevila en un moment de la *Masterclass*

— • DIA A DIA • —

26 de juny

VAGA A TV3. La plantilla de TV3 fa vaga. La protesta és secundada també per Catalunya Ràdio per participar en una manifestació contra l'ERO que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals presenta avui als treballadors. Prop de 400 treballadors de TV3 i Catalunya Radio es concentren davant la seu de Convergència Democràtica per protestar contra l'ERO, que afectarà 312 empleats de la CCMA. A la vaga, podria seguir una sèrie d'aturades de deu minuts que es repetiran cada dia el mes de juliol.

27 de juny

L'EQUADOR DE LA LEGISLATURA A TERRES DE L'EBRE. L'alcalde de Tortosa, Ferran Bel, pronuncia una conferència que és seguida d'un debat sobre el "Balanç de dos anys de mandat 2011-2013". L'acte té lloc a la Cambra de Comerç i està organitzada per la Demarcació de Terres de l'Ebre del Col·legi i l'Ajuntament de Tortosa. Amb aquest acte, s'ofereix als tortosins la possibilitat de trobar-se amb els representants polítics

per rebre explicacions de la gestió portada a terme i, alhora, poder debatre i fer preguntes sobre les diferents qüestions plantejades. Bel fa una exhaustiva exposició de les execucions i projectes duts a terme durant aquests dos anys de mandat.



Amparo Moreno i Ferran Bel durant l'acte

Foto: DMI Terres de l'Ebre

28 de juny

LA REVISTA VALLESOS I JOSEP BAYERRI, PREMIS DE PROXIMITAT. El periodista tortosí Josep Bayerri i Raga rep a Igualada el Premi d'Honor de la Comunicació

2013 en la 32a edició dels Premis de Comunicació Local de la Diputació de Barcelona. La resta de premiats han estat el reportatge "La Riuada del 1962", publicat a *Vallesos*, el Consorci Localred pel web *Mira TV* com millor iniciativa en comunicació local. En l'apartat de televisió local és per *Fem un musical* d'El 9 TV i el de millor programa de ràdio local recau en *Aula Dial* de Ràdio Sant Vicenç dels Horts.

HOMENATGE A RAMON COLOM. El consell assessor de RIVE a Catalunya atorga el guardó d'Honor de la cinquena edició dels premis Miramar a la creativitat audiovisual al periodista Ramon Colom. El guardonat va ser director de TVE de 1990 a 1996, ha presentat diversos programes a TV3 i, actualment, és president de l'Associació de productors catalans Barcelona Audiovisual. Colom demana als estudiants que "siguin exigents i cerquin el que no hi ha als plans d'estudis".



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

JULIOL

3 de juliol

LA MESA SECTORIAL APROVA EL PLA DE TREBALL. La comissió permanent de la Mesa sectorial aprova per unanimitat el pla de treball desenvolupat en el document *Propostes contra la crisi en el sector de la comunicació*, presentat el passat mes de maig al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona. El pla preveu la creació d'una infraestructura integrada, a part de la permanent, per un comitè de direcció i una oficina tècnica composta pels dos coordinadors de la Mesa. També s'aprova abordar la creació d'un epígraf específic per part del Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) que englobi els professionals de la comunicació.

10 de juliol

EL COL·LEGI DENUNCIA L'ERO DE LA CCMA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya acull una taula rodona per debatre l'ERO de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals que provoca molts "danys col·laterals i la destrossa de l'audiovisual català", segons el president de la Mesa i degà del Col·legi, Josep Maria Martí. L'acompanyen el degà de l'Audiovisual, Francesc Llobet, i la presidenta del grup de mitjans públics del Col·legi, la periodista Silvia Heras, qui defineix l'ERO com el "més gran que s'ha produït mai en cap mitjà de comunicació català. És un ERO salvatge i volem denunciar-lo".

12 de juliol

FUENTES S'ACOMIADA DES DE LA CAMARGA. El periodista Manel Fuentes s'acomia d'*El matí de Catalunya Ràdio*, que ha dirigit i presentat durant quatre temporades. L'últim programa té lloc des del restaurant La Camarga, on Mètode 3 va gravar la conversa entre Alicia Sánchez Camacho i Maria Victòria Álvarez, exparella de Jordi Pujol Ferrusola.

15 de juliol

BASSAS S'INCORPORA A L'ARA. El periodista Antoni Bassas passa a formar part de l'equip directiu del diari *ARA*. L'excorresponsal de TV3 a Washington és un dels fundadors del diari. Està profundament satisfet de poder donar cada dia notícies als lectors. El diari també inicia la temporada d'estiu amb noves seccions com *Global News* i *Ara Kids*. D'altra banda, prepara la celebració del diari número mil.

16 de juliol

EL CENTRE DE DOCUMENTACIÓ RECOPILA BORSES DIGITALS. El Centre de Documentació Montserrat Roig (CDMR) del Col·legi de Periodistes recopila les divuit borses de treballs digitals que es poden consultar actualment al Deliciós. Les tres últimes incorporacions a la llista són Friendsandjob, LinkedIn Student Job i Alumni Global Search. Totes tres són plataformes específicament pensades per a recents graduats en Periodisme. Es pot consultar la llista completa al CDMR i al web del Col·legi.

17 de juliol

VIDAL-FOLCH, PREMI CERECEDO DE PERIODISME. El periodista Xavier Vidal-Folch obté el premi de Periodisme Francisco Cerecedo en la seva trentena edició. El jurat en valora les anàlisis i informacions sobre la crisi econòmica i moral d'Europa, però també incideix en la visió "crítica i lúcida" sobre l'organització territorial d'Espanya, així com l'encaix de Catalunya tal com planteja en el seu llibre *Catalunya independent*. Vidal Folch ha estat director adjunt d'*El País* i director de l'edició de Catalunya.



Foto: El País

Vidal-Folch, guardonat

22 de juliol

LLEIDA PRESENTA LA GUIA DE LA COMUNICACIÓ 2013. La Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes presenta la *Guia de la Comunicació 2013* d'aquestes comarques al president de la Diputació de Lleida, Joan Reñé. Aquest organisme ha finançat i imprès la nova *Guia*, que conté tota una sèrie d'informació útil per als periodistes, administracions, entitats i empreses com un llistat de mitjans i corresponsals de Lleida, telèfons i adreces de l'Administració, col·legis professionals, entre altres. Un total de 294 pàgines d'informació que s'actualitza cada 4 anys. En l'edició actual, la novetat més destacada és que, a més del format en paper, també s'edita una versió digital que

en facilitarà l'actualització permanent del conjunt de dades.

23 de juliol

UN SEGELL AVALARÀ L'ÈTICA DELS MITJANS. El Consell de la Informació de Catalunya (CIC) presenta al Col·legi de Periodistes el segell de compromís ètic que acredita i distingeix els mitjans de comunicació disposats a respectar el codi deontològic. A través d'aquest segell, els mitjans es comprometen davant l'opinió pública a respectar els principis ètics de la professió en l'obtenció, elaboració i difusió de la informació. El segell s'ha de demanar al CIC i d'entrada el rebran els mitjans adherits al CIC, atès que l'adhesió significa una voluntat de respecte al codi deontològic. La presentació del segell tanca l'etapa de cinc anys de Lúcia Oliva com a presidenta del CIC i de Lluís de Carreras com a secretari general, que seran substituïts per Roger Jiménez i Albert Garrido, respectivament.



Foto: Ignasi R. Renom

Un moment de la presentació del segell

25 de juliol

CONVENI AMB MAPFREVIDA. El Col·legi de Periodistes signa un conveni de col·laboració amb Mapfre Vida. El conveni tindrà una durada d'un any i estableix que Mapfre oferirà els serveis d'assessorament especialitzat relatiu als productes que comercialitza a tots els col·legiats. Per la seva part, el Col·legi habilitarà un espai adequat a les seves instal·lacions per dur a terme aquesta tasca. Mapfre ofereix assegurances orientades a la protecció familiar, la jubilació, l'estalvi i la inversió. Mitjançant el conveni, s'oferiran condicions especials per als col·legiats.

COL·LABORACIÓ AMB LA LLIBRERIA MEDIOS. El Col·legi de Periodistes i la llibreria Medios signen un acord per afavorir la difusió de la bibliografia periodística entre els col·legiats. Segons el conveni, Medios podrà oferir al Col·legi les novetats

editorials d'interès per al col·lectiu professional periodístic, mentre que el Centre de Formació i Desenvolupament rebrà periòdicament llistes bibliogràfiques relacionades amb els cursos que imparteix, com a complement del servei de formació.



31 de juliol

TERRIBAS A ELS MATINS. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) anuncia el fitxatge de l'exdirectora de Televisió de Catalunya, Mònica Terribas, com a conductora del programa *Els matins de Catalunya Ràdio* en substitució de Manel Fuentes. Terribas tindrà un contracte per dues temporades i conduirà un programa que es desenvoluparà entre les 6 hores i les 13 hores del matí. Arran de la seva incorporació a la ràdio pública, Terribas ha abandonat recentment el seu càrrec com a consellera delegada del diari *ARA*, tot i que encara manté el d'editora.



FE D'ERRATES

Al número anterior de la revista, a l'article titulat *Opacitat a l'àmbit local*, dedicat al Mapa de Bones Pràctiques de la Comunicació Pública Local, s'afirmava per error que "l'estudi ha analitzat a fons un total de quaranta dos webs dels municipis capitals de comarca a Catalunya...", tot i que a l'apartat "Informes" del Mapa (www.labcompublica.info/observatori) es pot veure que l'equip ha publicat 10 informes a mida que ha fet les avaluacions dels webs, el primer amb data 17 de maig de 2012, corresponent als ajuntaments amb més de 100.000 habitants (excepte Barcelona), i el més recent publicat el 21 de març de 2013, que presenta les dades de la 1a onada dels 947 ajuntaments de Catalunya.

El que es diu en aquest paràgraf correspon només a un dels informes, el dels municipis que són capitals de comarca, que porta data de divendres 13 de juliol de 2012, en lloc del més exhaustiu, que és el dels 947 ajuntaments.

A més, en la mateixa informació, en el gràfic titulat "Els millors i pitjors de la transparència local" hi

ha hagut un error a l'hora d'extreure la informació d'una taula de l'informe titulada "Els 64 webs municipals que han aconseguit més d'un 50% d'indicadors positius... ordenats de major a menor puntuació actualment" de manera que els ajuntaments que al gràfic del reportatge apareixen com "els millors i els pitjors de la transparència local" són en realitat 7 dels 64 ajuntaments que han aconseguit més d'un 50% dels indicadors positius i que, per tant, estan per davant dels 883 que no arriben a un aprovat. Finalment, les declaracions atribuïdes a Amparo Moreno Sardà, com a catedràtica emèrita del Departament de Periodisme de la UAB i directora del Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP), no procedeixen de cap entrevista formal sinó d'un intercanvi de correus electrònics.



miravé
CLÍNICA DENTAL

Deixa que et recordin
pel teu somriure

Promoció Especial

per a col·legiats, empleats del
Col·legi de Periodistes de Catalunya i familiars directes

Serveis Gratuïts:

- Visita (consulta i revisió)
- Ortodòncia (1a visita)
- Visita pròtesi
- Fluoració (infantil i adults)
- Radiografies intraorals
- Extracció de punts de sutura

Serveis per tan sols 20€:

- Extracció dental simple
- Visita d'urgències de dia
- Ortopantomografia
- Higiene dental (amb ultrasons i poliment final)

Fins al 25% de dte.:

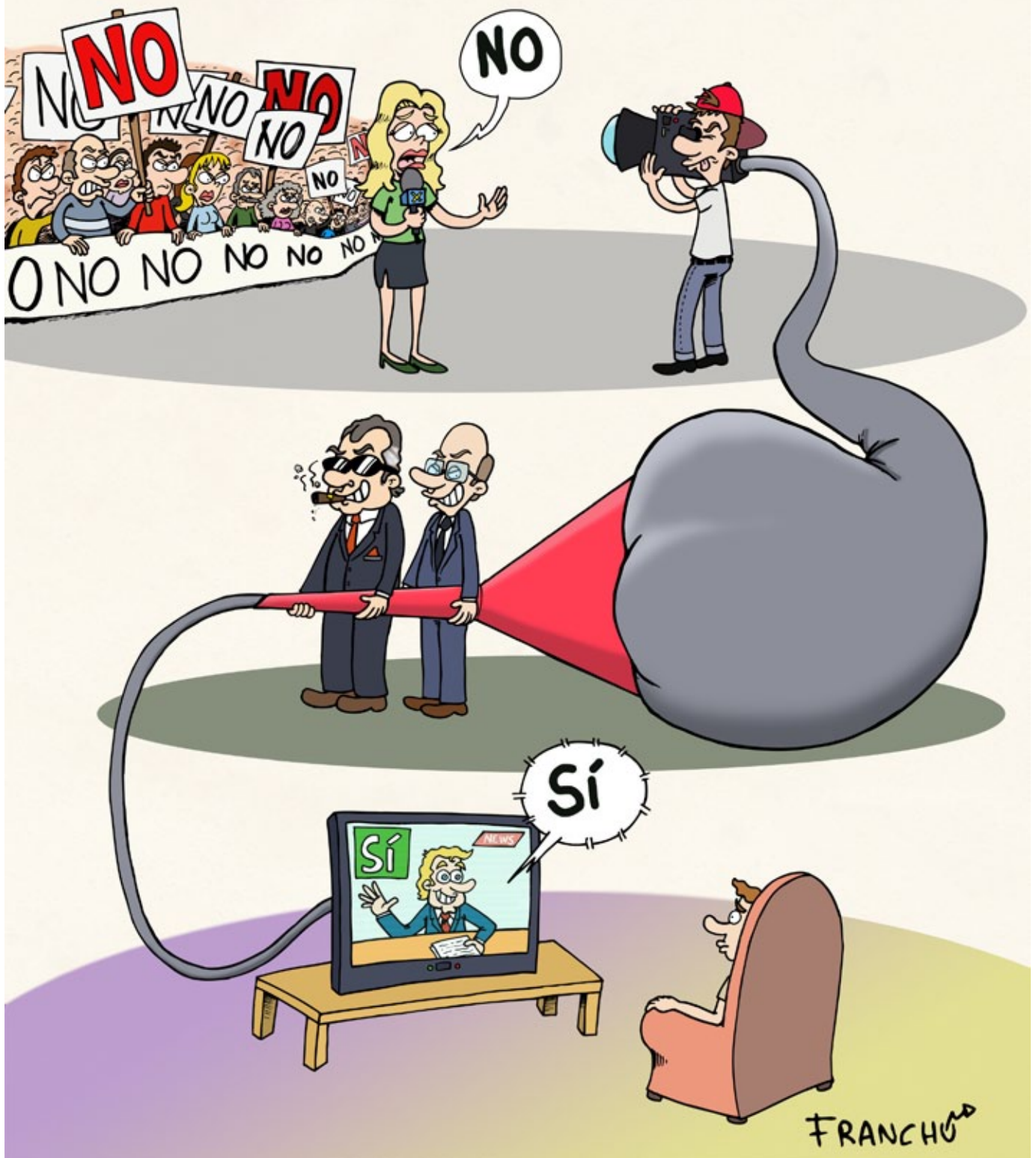
- En la resta de tractaments en qualsevol especialitat

Miravé Travessera · Trav. de Gràcia, 71, baixos
Miravé Tuset · Tuset, 36, baixos - 08006 Barcelona · Tel. 93 217 68 89

També cita online a: www.clinicamirave.es | Busca'ns al Facebook @clinicamirave

Servei d'Urgències | 24 hores/365 dies l'any





Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals col·legiats.
Una altra és fer-ho:

Compte Expansió PRO.

T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat*.

0

comissions
d'administració
i manteniment.

+

3%

de devolució dels teus rebuts
domèstics principals, fins
a un màxim de 20 euros al mes.

+

Gratis

la targeta de crèdit i de dèbit.

+

Més de

1.300

oficines al teu servei.

Al cap i a la fi, som el banc de les millors empreses. O el que és el mateix,
el banc dels millors professionals: el teu.

Truca'ns al 902 383 666, organitzem una reunió i començem a treballar.

sabadellprofessional.com

*Fins a un màxim de 100 euros l'any.

El banc de les millors empreses. I el teu.



Tots tenim alguna cosa de sirena.

Quan sortim d'un entorn segur,
la nostra salut se'n ressent.

Treballem per tornar la salut al seu lloc

A Asisa, t'acompanyem mostrant-te el camí,
amb confiança i fent el que calgui per protegir-te a tu i els teus.



BCN 2013



Patrocinador Oficial de l'Equip Nacional de Natació Sincronitzada

901 10 10 10 asisa.es

asisa 

