

# ♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Setembre 2014 · Núm. 165 · 4 €



## NOU PARADIGMA

Els hàbits mediàtics dels joves  
condicionen els mitjans del futur



## **Posar la tecnologia al servei de les persones continua mereixent un premi**

Per segon any consecutiu, som el **Millor Banc del Món en Innovació Tecnològica**. La revista financera internacional *Euromoney* ens ha tornat a concedir aquest prestigiós guardó.

Tot un reconeixement a una idea nascuda el 1904, aparentment senzilla, però realment complexa: treballar sempre al servei de les persones.

- Som líders en banca a través d'internet, mòbils i caixers.
- Pioners en tecnologia *contactless* i *wearable*.
- Amb el primer *store* d'aplicacions mòbils en el sector financer, amb més de 70 apps.

Adaptar-se a l'evolució del temps, sent fidel a tu mateix, és el que et fa gran. Durant 110 anys, milers d'homes i dones a CaixaBank ens hem mantingut fidels a aquesta idea.

**No som només un banc. Som CaixaBank.**



**CaixaBank**

**[Tu] ets l'Estrella**



Descobreix com ho fem amb la nostra última innovació



Best Retail Bank for  
Technology Innovation  
in the World | 2013 & 2014

05

CARTA DE LA DEGANA

PREPARATS PELS CANVIS

TEXT Neus Bonet

06

REPORTATGE

LA MEMÒRIA DE L'OFICI

TEXT Eudald Coll  
FOTOS Oriol Clavera

12

CONFERÈNCIA

SEYMOUR HERSH

TEXT Seymour Hersh  
FOTOS Vicente Pruna

16

ENTREVISTA

NATHALIE MALINARICH

TEXT Jordi Rovira  
FOTO Sergio Ruiz

20

REPORTATGE

EL PERIODISME DAVANT  
DEL CONFLICTE

TEXT Enric Castelló  
FOTOS David Campos

24

REPORTATGE

XARXES MADURES

TEXT Nereida Carrillo  
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

28

REPORTATGE

QUE VÉVEN ELS ROBOTS!

TEXT Jordi Rovira  
IL·LUSTRACIÓ Paula Castel

34

DOSSIER

JOVES HIPERCONNECTATS

TEXT Ariadna Fernández-Planells /  
Mònica Figueras-Maz  
FOTOS DOSSIER Sergio Ruiz

44

DOSSIER

I DEMÀ, QUÈ?

TEXT Mar Calpena

48

DOSSIER

ADOLESCENTS VERSUS INFORMACIÓ

TEXT Laura Saula

52

REPORTATGE

L'ALTRA INFORMACIÓ

TEXT Victòria Hita  
FOTOS Dani Codina

58

REPORTATGE

ESCOLA DE METEOROLOGIA

TEXT Carme Escales

62

FOTOPERIODISME

PABLO LUIS TORRENTS

TEXT Andrés Antebi i  
Pablo González  
FOTOS Pablo Lluís Torrents

68

REPORTATGE

"LA CIUTAT DELS PERIODISTES"

TEXT Xavier Martí i Ylla  
FOTOS Vicente Pruna

74

REPORTATGE

EL CAMÍ DE GABO

TEXT Xavier Sulé

80

WEBS / LA XARXA

Àlex Barnet

82

LLIBRES

Elena Serrano

84

LA FOTO

Darcy Padilla

86

OBITUARIS

88

DIA A DIA

Sara Masó

98

COM ENS VEU...

Susanna Martín

DOSSIER

ELS JOVES I LA INFORMACIÓ

REVISTA CAPÇALERA

Núm. 165

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya

DIRECTOR Jordi Rovira

CONSELL EDITORIAL Neus Bonet, Francesc Canosa, Núria de José, Xavier Puig, Marc Vidal

CORRECTOR Jordi Sales

DOCUMENTACIÓ Carme Teixeiro

DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro

SECRETÀRIA Alicia Llamazares

PUBLICITAT Cristina Ferrer

FOTO PORTADA Sergio Ruiz

REDACCIÓ

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Rambla de Catalunya 10, principal

08007 Barcelona

T 93 317 19 20

comunicacio@periodistes.org

www.periodistes.org

DEMARCACIONS

Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,

T 972 209 162

Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,

T 973 240 044

August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,

T 977 245 454

Plaça Ramon Cabrera, 7, 1r · 43500 Tortosa,

Terres de l'Ebre T 690 753 038

Plana de l'Om, 6, 1er · 08241 Manresa

T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN

DEGANA Neus Bonet

VICEDEGANS Marc Vidal, Sara Sans, Rafael

Gimena, Sílvia Tejedor, Joan Ventura i

Gonçal Mazcuñán

SECRETARI Jordi Navarro

TRESORER Josep Maria Martí

VOCALS Enric Badia, Jordi Basté, Juan Garcia

Bausa, Ramon Besa, Francesc Canosa, Sílvia

Cobo, Núria de José, Laura Fanals, Laia Forès,

Teresa Turiera, Mònica López Ferrado, Ismael

Nafria, Alicia Oliver, Carles Prats, Jesús Rive-

rola, Raquel Sans, Jaume Serra i Esteve Giralt

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

# PREPARATS PER ALS CANVIS



Benvolguts col·legiats i col·legiades, El parèntesi estiuenc permet afrontar el nou curs amb forces renovades. Encarem un final d'any que no sembla fàcil, però sí terriblement apassionant, des del punt de vista periodístic. La situació que travessem al país ha de fer que el periodisme que hi exercim es posi a prova, com a eina per al manteniment d'una democràcia sanejada i més participativa. Sota les ja conegudes premisses de qualitat, honestetat i ètica, la professió té una excel·lent oportunitat per sortir-ne reforçada.

Sempre se'ns ha dit que els periodistes són notaris, cronistes de la història. I ara se'ns presenta una excel·lent oportunitat per reivindicar el nostre paper davant la societat que subratlli, encara més, la feina del periodisme en defensa del dret de la ciutadania

a rebre una informació de qualitat. A la Junta del Col·legi de Periodistes tenim molt present que el periodista que explica cada dia el que passa, fa història i és història. Per aquest motiu, hem arribat a un acord amb l'Arxiu Nacional de Catalunya per recuperar, preservar i difondre els llegats personals i professionals del periodistes catalans. Llegireu en aquest exemplar de CAPÇALERA

## NO ABAIXEM LA GUÀRDIA I CONTINUEM OBSERVANT I TREBALLANT PER ADAPTAR-NOS ALS CANVIS QUE LA PROFESSIÓ ESTÀ EXPERIMENTANT

que potenciem la preservació de la memòria del nostre col·lectiu que, amb la feina diària, genera un fons documental de vital importància per entendre la història d'aquest país.

Dit això, no abaixem la guàrdia i continuem observant i treballant per adaptar-nos als canvis que la professió està experimentant. En aquest número, per exemple, trobareu un interessant informe sobre la "dieta mediàtica" dels més joves; de les generacions actuals. Quins mitjans fan servir? Quins són els seus hàbits

digitals de consum? Preguntes amb respostes que ens permeten orientar i conèixer algunes possibles sortides del periodisme d'avui en dia. En anteriors ocasions, hem recordat que costa albirar els models de futur quan s'és a l'ull de l'huracà d'un canvi com el que vivim. I així ho van admetre els experts de la Global Editors Network el juny a Barcelona, on van reconèixer que el periodisme està en evolució constant. Un d'ells, Seymour Hersh, ens explica en aquestes pàgines que la tecnologia de què disposem és fabulosa, però que no és el final, sinó el principi d'un canvi de model.

Canvis que l'esclat digital, i la crisi, ja ens ofereixen en forma d'altres veus i que estan revolucionant la premsa escrita. Veus que es qualifiquen d'"alternatives" i que ja s'estan consolidant, com *Mongòlia*, *La Directa* o *Alternativas Econòmiques*, entre altres.

De fet, segons diverses fonts, des del 2008 han aparegut a Espanya fins a quatre-cents nous projectes periodístics. Des d'aquestes pàgines també analitzem els orígens, evolució i funcionament d'algunes d'aquestes iniciatives. I, des del Col·legi, volem ser capdavanters a analitzar, conèixer, descobrir i implementar noves fórmules de fer periodisme.

El trimestre que comencem i la conjuntura actual ens obliga, com a Col·legi, a continuar vetllant per assegurar el futur de la professió i dels seus professionals. Malgrat la crisi, i precisament per contribuir a sortir-ne enfortits, treballem per oferir-vos la millor formació, amb noves propostes a tots els itineraris, i a posar les eines necessàries per fer cada dia "Més Periodisme".

Ben cordialment,

**Neus Bonet Bagant**

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

[degana@periodistes.org](mailto:degana@periodistes.org)

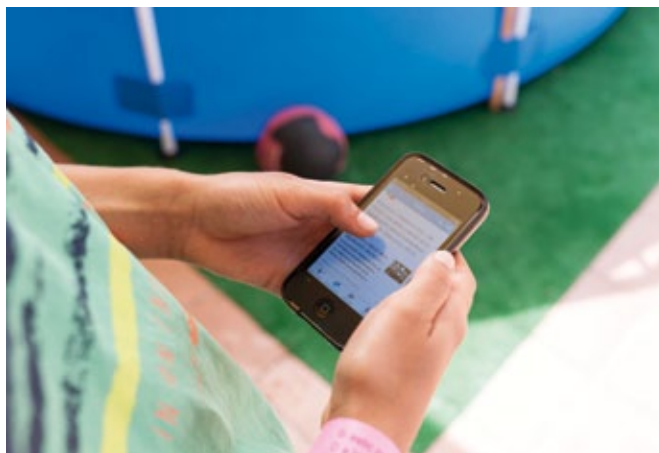


Foto: Sergio Ruiz

# LA MEMÒRIA DE L'OFICI

El Col·legi signa un conveni  
amb el Departament de Cultura  
per preservar i difondre  
els llegats dels periodistes

TEXT EUDALD COLL  
FOTOS ORIOL CLAVERA



**El Col·legi de Periodistes ha arribat a un acord amb l'Arxiu Nacional de Catalunya per recuperar, preservar i difondre els llegats personals i professionals dels periodistes catalans. Aquest acord és pioner en el seu àmbit i permetrà tenir cura d'un material que, sovint, acaba desapareixent. D'aquesta manera, es vol potenciar la preservació de la memòria d'un col·lectiu que, amb la seva feina diària, genera un fons documental de vital importància per entendre la història d'aquest país.**

Els arxius personals i professionals dels periodistes ja tenen una sortida perquè, en el futur, no es perdin en l'oblit. El passat 10 de juny, el Col·legi de Periodistes va formalitzar un conveni de col·laboració amb el Departament de Cultura “per a la recuperació, la descripció i la difusió dels fons documentals dels periodistes catalans”. La signatura de l'acord, que va tenir lloc al Departament de Cultura, va comptar amb la presència de la degana, Neus Bonet, i del conseller Ferran Mascarell.

El conveni és fruit de dos anys de negociacions que, per part del Col·legi, van estar liderades per Montserrat Rius –delegada de la Junta de Govern del Col·legi per al projecte dels llegats–, Xavier Mas de Xa-

que, tal com apunta el conveni, vol aconseguir “l'objectiu essencial de recuperar i conservar el màxim nombre de fons personals de periodistes i obrir-los a la consulta pública com a part integrant del patrimoni cultural català”.

D'aquesta manera, el Col·legi i l'ANC institucionalitzen una col·laboració que ha de permetre recuperar documents textuais (manuscrits i mecanoscrits), materials impresos, imatges, cartells i enregistraments sonors i audiovisuals, entre altres. El conveni, que no suposa cap despesa econòmica i que té una vigència de deu anys –prorrogable automàticament si les parts ho desitgen–, ha de materialitzar un objectiu estratègic del Col·legi, com és la preservació d'aquesta documentació d'alt valor històric.

A més, amb la signatura del conveni, el Col·legi de Periodis-

tes inicia un tipus de col·laboració inèdita fins ara. “A l'Arxiu Nacional, disposem dels arxius històrics de diversos col·legis, però és el primer acord d'aquestes característiques amb un col·legi professional”, admet Josep Fernández Trabal, cap de l'Àrea de Fons Històrics de l'ANC, el qual afegeix que “a Espanya crec que no hi ha res semblant”. Segons Trabal, això s'expli-

ca, entre altres raons, perquè “al conjunt de l'Estat hi ha molt poca consciència sobre els arxius privats. Els arxius estan molt centrats en els seus propis fons, els públics, i, per això, aquesta campanya suposa una novetat”.

## EL ROL DELS FONS PRIVATS

Els arxius nacionals van sorgir, el segle XIX, per preservar els arxius propis de l'Administració. En el cas català, des de l'ANC també es busca la preservació de documents rellevants per a la història del país. Així, actualment, tenen els fons d'empreses, sindicats, fundacions, entitats culturals, partits polítics, etc. Prova d'això és que dels 30.000 metres documentals de què disposen, un 38% corresponen a arxius privats.

En aquest sentit, la signatura de l'acord (que va fer-se el dia després del Dia Internacional dels Arxius i dins la Setmana Internacional dels Arxius i que busca donar a conèixer i promoure els arxius) permet que l'ANC –organisme creat el 1980, dependent del Govern català i amb seu a Sant Cugat del Vallès– reforci l'aposta pels llegats privats. Avui dia, ja disposa d'una sèrie de programes per a la conservació d'arxius privats. “Perquè la història de Catalunya no es pot explicar només amb arxius oficials”, assegura Trabal, qui admet que els

## ES MATERIALITZA UN DELS OBJECTIUS ESTRATÈGICS DEL COL·LEGI COM ÉS LA PRESERVACIÓ D'UNA DOCUMENTACIÓ D'ALT VALOR HISTÒRIC

xàs –membre de l'anterior Junta de Govern– i Carme Teixeiro –documentalista i responsable del Centre de Documentació Montserrat Roig. “Han estat dos anys molt productius. Des de l'inici, hi vam trobar les portes obertes”, afirma Teixeiro.

L'acord permet iniciar una col·laboració amb l'Arxiu Nacional de Catalunya (ANC)



## UNA FONT INFORMATIVA

El material que reuneix un periodista al llarg de la vida té una gran rellevància pel valor afegit dels documents com a fets històrics d'immediatesa i que és molt important guardar, ja que permeten analitzar i situar els fets més recents i els aspectes més diversos des de diferents punts de mira i ajuden a obtenir dades puntuals i precises de l'actualitat diària.

La història del temps que ens ha tocat viure es va fent amb les informacions dels mitjans, però el periodista que explica cada dia el que passa, fa història i és història perquè amb el seu treball i documentació ha contribuït a escriure-la.

Els arxius privats moltes vegades són arxius perduts per diversos motius.

No es té prou temps per organitzar el propi arxiu, el material amb el temps es degrada, el paper en pocs dies ja és groc, i la tecnologia canvia els formats més ràpidament del que voldríem. Disposar d'un espai físic i virtual on preservar els llegats i memòries dels periodistes i poder obrir-los a la consulta pública com a part integrant del patrimoni documental català és molt important perquè ajuda a recuperar la història de la nostra societat a través de la premsa i dels periodistes.

Els fons periodístics són dipòsits de memòria que fan possible conèixer i reconstruir el trencaclosques del nostre ahir. La seva donació és un acte de generositat i responsabilitat cívica.

### Montserrat Rius

Periodista, delegada de la Junta per al projecte dels llegats

periodistes són un col·lectiu d'interès, ja que “per la seva tasca professional són persones que sovint estan ben documentades i ben relacionades”.

L'ANC fa anys ha anat aplegant fons personals de periodistes o persones vinculades amb la professió com ara Antoni Rovira i Virgili, Eugeni Xammar, Montserrat Roig, Horacio Sáenz Guerrero o Salvador

Tant ell com el seu germà Santiago van destacar en la lluita per les llibertats civils durant el franquisme, cosa que explica que l'Institut de Drets Humans de Catalunya li atorgués el Reconeixement de la lluita en defensa dels Drets Humans. Un guardó que es va sumar a uns altres com el Godó de periodisme i el Rodríguez de Santamaría de l'Associació de la Premsa de Madrid.

## EL COL·LEGI DE PERIODISTES, QUE ÉS QUI REP EN DONACIÓ ELS LLEGATS I ES COMPROMET A VETLLAR PEL SEU ESTAT, ELS INGRESSA A L'ARXIU NACIONAL

Escamilla, entre altres. L'organisme també aplega els fons gràfics de reconeguts fotoperiodistes, com els Brangulí o Bert i Claret. En total, conserva 51 fons documentals (551,3 metres de documentació textual i més d'1.356.000 imatges) relacionats amb el periodisme. El recent acord amb el Col·legi podria permetre que algun dia —entre les donacions i els fons ja existents— s'arribés a crear un fons específic dels periodistes catalans.

### CARLOS NADAL, EL PRIMER

El darrer dels llegats de periodistes incorporat a aquest grup de fons documentals de l'ANC és el de Carlos Nadal, que al mateix temps ha estat el primer a ser objecte de recuperació a través de l'acció mancomunada amb el Col·legi. Es troba a l'arxiu, des del dia 22 de gener de 2014, tot i que el contracte de comodat del fons es va fer el 10 de juny, al mateix temps que la signatura del conveni. El Fons Carlos Nadal Gaya —nom oficial d'aquest llegat “molt petit i molt ben conservat”, en paraules de Trabal— ja ha estat inventariat i, per tant, ja es pot consultar.

Carlos Nadal Gaya (Barcelona, 1924) va morir el 27 de gener del 2010 a vuitanta-sis anys després de més de mig segle escrivint per a *La Vanguardia* com a responsable de la secció d'Internacional i va ser pioner a Espanya en l'anàlisi dels afers exteriors.

Nadal estava casat amb la també periodista Maria Dolors Masana. “Quan es perd la memòria, es deixa de ser”, va

dir Masana en l'acte de presentació del projecte de recuperació, difusió i preservació dels llegats (que portava per títol “Memòria de l'ofici”) i que va tenir lloc al Col·legi l'1 de juliol. La vídua de Nadal va recordar que, a més de la faceta periodística, el seu marit també escrivia prosa i poesia tant en català com en castellà. Una producció literària, però, que a diferència dels articles periodístics, no sortia a la

### DESCENTRALITZACIÓ

L'acord entre el Col·legi de Periodistes i el Departament de Cultura vol evitar la centralització de la documentació a la seu de l'Arxiu Nacional de Catalunya a Sant Cugat del Vallès. Així, el conveni deixa clar que “si la trajectòria professional del productor i el contingut del fons documental així ho aconsella, els documents podran ésser conservats al centre de la Xarxa d'Arxius Comarcals que correspongui per la seva vinculació territorial”. “Aquesta és la política d'arxius de la Generalitat pel que fa als arxius històrics. Hi ha un arxiu a cada comarca i en cada cas es decidirà on va cada fons”, explica Josep Fernández Trabal, cap de l'Àrea de Fons Històrics de l'ANC.





A les pàgines anteriors, imatge de l'interior de l'Arxiu Nacional de Catalunya. Sobre aquestes línies, el llegat de Carlos Nadal que actualment es troba a l'ANC.

llum. “Tot el que escrivia anava a parar als calaixos de la biblioteca”, va recordar. Finalment, després del traspàs, es van publicar els llibres *Dietari a la vora del mar*. *Balades del riu perdut* (Pagès Editors, 2011) i *En voz baja. Poemas 1984-2009* (Editorial Milenio, 2012).

El fons que es troba a l'ANC està constituït, sobretot, per l'obra creativa, tant poètica com narrativa, així com per la documentació genealògica i familiar, recull de la feina a *La Vanguardia*—on Carlos Nadal va publicar una columna setmanal sobre política internacional, que va ser una referència, durant més de trenta anys— una relació epistolar, entrevistes sobre la seva trajectòria i material sobre la participació en homenatges, presentacions i altres esdeveniments.

## CESSIÓ I CUSTÒDIA

L'1 de juliol, a més de la presentació del projecte, va tenir lloc la primera reunió del grup de treball intern i tècnic. Aquest grup, format per membres del Col·legi i de l'ANC, té com a missió executar el conveni i elaborar i supervisar les actuacions i

## UNA SÈRIE DE PRESCRIPTORS SENSIBILITZARAN ELS PROFESSIONALS SOBRE LA IMPORTÀNCIA DE PRESERVAR-NE ELS LLEGATS

els programes que se'n derivin. “La nostra prioritat és que no es perdin certs llegats. Per això, ara atendrem les consultes que ens estan fent i ens centrarem en els periodistes més veterans i en els que han mort recentment”, explica Teixeiro.

El conveni detalla el protocol d'actuació que, a partir d'ara, regirà aquesta col·laboració entre el Col·legi de Periodistes i l'ANC. Segons aquest protocol, el Col·legi col·laborarà en la recerca dels diferents fons documentals. Així, través de la secció de Sèniors, afavorirà la donació dels arxius personals dels seus membres.

El Col·legi de Periodistes rebrà en donació els llegats i els ingressarà, a títol de

comodat, a l'Arxiu Nacional. “La cessió o donació es fa al Col·legi, que es compromet a vetllar pels diferents llegats”, aclareix Xavier Mas de Xaxàs. “I qui tindrà la custòdia d'aquests llegats—prosegueix—és l'Arxiu Nacional, perquè és qui aporta



Els arxius personals donen un punt de vista diferent als arxius oficials. I el valor dels arxius dels periodistes, a més, és el d'haver seguit l'actualitat del seu temps.

unes majors garanties de conservació i ofereix la possibilitat de consultar-los en xarxa des dels diferents arxius associats que té al territori”.

Un cop a l'arxiu, els fons seran triats i catalogats. La mitjana de temps que l'ANC necessita per catalogar els llegats i fer-los accessibles és d'un any. Un cop catalogats, se'n planteja la digitalització. Deu anys enrere, l'ANC va iniciar la digitalització dels seus fons. Actualment, disposa de 626.000 imatges de documentació textual i 242.000 de documents no textuais digitalitzades. El conveni també preveu que el Col·legi i el Departament de Cultura col·laborin en activitats per promocionar la memòria del periodisme a Catalunya a través de la difusió d'aquest patrimoni.

## LA FIGURA DEL PRESCRIPTOR

Amb vista a potenciar la recerca dels llegats el Col·legi està creant en les sis demarcacions (Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona, Terres de l'Ebre i Catalunya Central) la figura del “prescriptor”, que tindrà l'objectiu de sensibilitzar els professionals de la informació sobre la importància de preservar els seus llegats.

Aquesta figura recaurà en periodistes que coneixen bé el seu territori i que, per tant, tenen accés a professionals que disposin d'arxius rellevants. Alguns d'aquests prescriptors ja estan confirmats, com són Josep Maria Cadena (Barcelona), Gonzal Mazcuñán (Catalunya Central), Josep Lluís Cadena (Lleida) i Amparo Moreno (Terres de l'Ebre).

Cal destacar l'interès que ha despertat l'acord entre un sector de la professió. Prova d'això és que en les setmanes posteriors a la presentació del conveni, fins a mitja dotzena de periodistes s'han interessat per realitzar possibles donacions dels seus llegats, cosa que implica que, a partir d'ara, s'hauran d'iniciar les negociacions per abordar cadascun dels casos. Ç

Més informació a:  
[www.periodistes.org](http://www.periodistes.org)  
[documentacio@periodistes.org](mailto:documentacio@periodistes.org)

+ info

# MÀSTER UNIVERSITARI DE COMUNICACIÓ I ENTRETENIMENT

IDEA I DISSENYA EXPERIÈNCIES  
INNOVADORES AMB  
L'ACOMPANYAMENT DE LA  
UNIVERSITAT CAPDAVANTERA  
EN NOVES TECNOLOGIES.

TRIA AQUEST MÀSTER I APRÈN A CREAR I  
PLASMAR UNA GRAN DIVERSITAT D'EXPERIÈNCIES  
D'ENTRETENIMENT I A DIRIGIR ELS EQUIPS  
MULTIDISCIPLINARIS CAPAÇOS DE DUR-LES A  
TERME. FES-HO AMB L'ACOMPANYAMENT DE LA  
PRIMERA UNIVERSITAT EN LÍNIA DEL MÓN.

Aquest màster està en procés de verificació.

#### Accés obert!

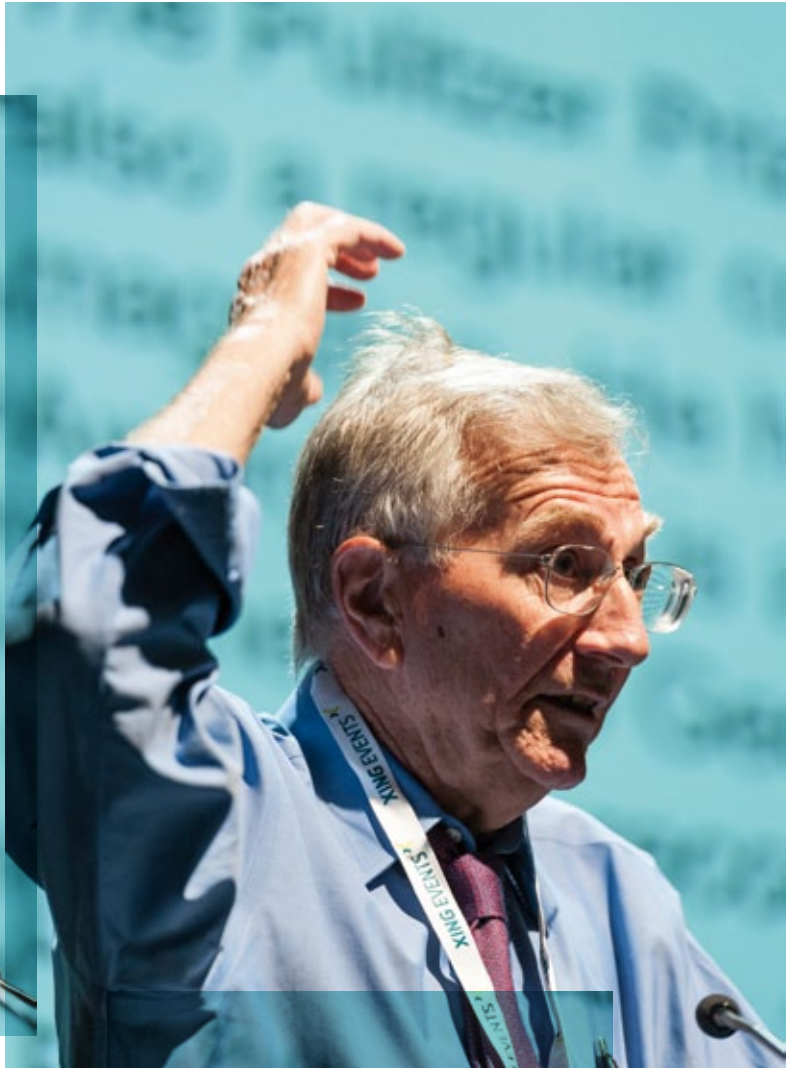
*Inici: Màster universitari: 17 de setembre de 2014  
i Formació de Postgrau: 16 d'octubre de 2014*

Informa-te'n a les seus i punts UOC i a [www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)

#### OFERTA DE FORMACIÓ DE POSTGRAU VINCULADA:

- PERIODISME DIGITAL
- DISTRIBUCIÓ AUDIOVISUAL
- TENDÈNCIES DEL DISSENY
- COMMUNITY MANAGER
- MEDICIÓ DE LA COMUNICACIÓ
- SOCIAL MEDIA CONTENT: COMMUNITY MANAGER  
I CONTENT CURATION





# "ELS PERIODISTES ESTEM PER PROTEGIR-NOS DELS LÍDERS POLÍTICS"

Seymour Hersh defensa una informació acurada, valenta i descentralitzada

**El reconegut periodista nord-americà Seymour Hersh va ser un dels convidats del Global Editors Network, congrés que va reunir editors i periodistes de tot el món al juny a Barcelona. En aquestes pàgines, reproduïm extractes de la conferència ("Per què creiem qualsevol cosa que diuen els Governos?").**

TEXT SEYMOUR HERSH  
FOTOS VICENTE PRUNA

No m'agraden els ordinadors, però el que està passant és fantàstic. Totes aquestes novetats tecnològiques són fruit d'una nova generació, malgrat que també existeix una generació anterior i observo que no hi ha massa gent que se'n vaig a Bagdad i Tikrit a cobrir el que està passant. Perquè necessitem cobrir les notícies sobre el terreny. Qualsevol cosa que eviti la centralització de les notícies és important. Sense la descentralització de la informació, als Estats Units ens massacrarien les grans corporacions i les xarxes que ho controlen tot, les que decideixen què es cobreix i què no, les que modifiquen la informació i augmenten l'autocensura que tots tenim en aquest negoci.

La velocitat de la informació és important si bé, per molta informació de què disposem, també ens cal una interpretació dels

fets. I, per la meua manera d'entendre el periodisme, el que sobretot avui necessitaríem és comprendre la gran crisi que

"SENSE LA DESCENTRALITZACIÓ DE LA INFORMACIÓ, ALS ESTATS UNITS ENS MASSACRARIEN LES GRANS CORPORACIONS QUE HO CONTROLEN TOT"

estem vivint —no tan sols aquí, sinó a tot el món, també a l'Iraq— així com les implicacions. Perquè tots som en el negoci de les notícies.

I si volem saber què passa, ja sigui tant en la immediatesa com a llarg termini, ja sigui amb *hashtags* o amb imatges, abans d'escriure hem de llegir. Això és molt important. S'ha de saber el que està passant, s'han de mirar les notícies. Els periodistes,

per exemple, han de saber tot el que passa en una zona determinada abans de poder-ne parlar.

Normalment, en la nostra feina, i més ara que abans, considerem que les persones que governen solen ser incompetents.

Sovint, ens trobem amb gent que no entenen certes coses i que, en canvi, prenen decisions molt importants que acaben provocant que algú visqui o mori, el més dur que es pot fer. I els periodistes estem per protegir-nos dels líders polítics. Aquesta és la nostra tasca.

Per exemple, és terrible que Edward Snowden hagi de passar la resta de la seva vida a Moscou —o a on sigui—, però el fet

és que va treure a la llum als Estats Units un enorme sistema de negació completa dels drets bàsics dels ciutadans per part dels dirigents, que sabien que, de manera intrusiva, no tan sols estaven espiant a tothom sinó que també estaven violant la Constitució.

El que Snowden ens va dir és que no podem fiar-nos dels nostres dirigents. De fet, jo aniria un pas més enllà i diria que aquest cas podria ser delictiu. Les implicacions de tot el que va exposar foren enormes. La guerra contra el terrorisme ha acabat escampant més ràbia i violència,

"TOTA AQUESTA NOVA TECNOLOGIA DE QUÈ DISPOSEM ÉS FABULOSA. PERÒ NO ÉS EL FINAL, SINÓ EL PRINCÍPI, I CANVIARÀ ELS MITJANS"

com va passar també amb la presó de Guantánamo. Allà podríem haver-hi empresonat un grup de monges durant dotze anys sense un procés adequat i, segur, en alliberar-les s'haurien convertit en terroristes potencials! Jo mateix voldria fer alguna cosa si em tanquessin d'aquesta manera, sense cap judici. Ara bé, davant de tot això, què fan els editors dels mitjans de comunicació? Doncs, et trobes que els redactors et diuen que cal parlar amb el Govern per veure quina informació hi han de posar.

## CRUÏLLA DE CAMINS

Segons la meua opinió, als Estats Units, els diaris han fet una molt mala feina després de la guerra contra el terrorisme. Els redactors estaven nerviosos a l'hora d'utilitzar el material que Snowden va donar a conèixer, ja que mostra una pauta de violació dels drets humans. I, per tant, en un

món perfecte algú d'un diari no s'hauria de preocupar gens per allò que escriu perquè, amb un bon Tribunal Suprem —que no és el cas— no hauria d'espantar-nos tota aquesta burocràcia.

A l'Afganistan, per exemple, els soldats del general Stanley McChrystal, que va ser comandant en cap de les forces nord-americanes en aquest país, van acabar entrant a cases sense permís, tirant bombes a casaments. El de sempre, vaja... Aquest és el dispositiu secret que hem tingut durant tretze anys a l'Afganistan, un desastre que no hauria estat necessari.

Així doncs, som en una cruïlla de camins. I per això m'agraden les notícies, tot i que en dubto d'una part. La immediatesa de

les notícies visuals està molt bé, encara que la interpretació acostuma a espantar. I la meua preocupació és que, a vegades, diaris de referència com el *New York Times* no han estat a l'alçada.

Què passa amb el Moviment Islàmic Lliure del Sham de Síria? Què passa, des del 2010, amb les tones d'armes que han passat d'Aràbia Saudita a la província d'Ambar d'Iraq? I em preocupa com respondrà Occident a la gran crisi que tindrà lloc per culpa de l'augment del cost del petroli que hi haurà quan Bagdad es vegi assetjada. Bombardejarem amb els nostres avions? Tancarem el país? Perquè si fem això aconseguirem estendre encara més la guerra. Algú hi ha pensat, en això? Hi ha escrit algú, sobre això? N'ha parlat algú, d'això? A mi m'atterra perquè tot plegat és com aquestes caixes en què, com més en vas obrint, més coses es van destapant i van sortint de dins.

A Síria, els meus amics em diuen que tot s'ha acabat i, per contra, els nord-americans hi segueixen enviant soldats que lluiten amb l'oposició, amb els quals després se separen i tenen accés a l'armament que hem entrat de contraban des de Turquia. Aquesta és la situació en la qual ens trobem. Tant a Síria com a l'Iraq hem acabat la guerra amb gent que en un altre moment havíem recolzat des de l'oposició. Amb tot, hem perdut, no tenim política i en el futur tindrem molts problemes a Síria.

La immediatesa amb la qual treballen els mitjans de comunicació ens fa millors. En els moments crucials de la guerra a Síria, tant si agrada com si no, els periodistes eren allà. I això permet que un pugui mirar les imatges i tenir el seu propi criteri sobre el que està succeint. I tota aquesta nova tecnologia de la qual ara disposem és fabulosa. Però no és el final, sinó el principi, i canviarà els mitjans de comunicació. I qualsevol novetat que permeti diversificar els mitjans i injecti savia jove és realment important. Persones que facin coses diferents, tota una sèrie de coses que jo no sabia ni que existien. Ç

## PERFIL

Seymour Hersh (Chicago, 1937) és periodista i escriptor. Va treballar al *New York Times*. Actualment, és col·laborador habitual del *New Yorker* en temes militars i de seguretat. Ha obtingut el premi George Orwell, dos premis National Magazine i cinc premis Polk, entre altres, però va aconseguir el reconeixement mundial, el 1969, en denunciar l'encobriment de la massacre de My Lai a Vietnam, treball pel qual va obtenir el premi Pulitzer. També ha denunciat els abusos de les presons d'Abu Ghraib. Té publicats una desena de llibres.

Més informació a:

[www.globaleditorsnetwork.org](http://www.globaleditorsnetwork.org) → Web del Global Editors Network 2014

[www.youtube.com/watch?v=YKHb9n\\_OAXM](http://www.youtube.com/watch?v=YKHb9n_OAXM) → Conversa amb Seymour Hersh

a DWC Media Democracy's Channel

+ info



*El seu dia a dia  
penja d'un fil*

*El dia a dia de molts infants i joves penja d'un fil.  
Et necessitem perquè el fil no es trenqui.*

Al Casal dels Infants treballem cada dia perquè tinguin oportunitats:  
reforcem l'educació, donem suport a les seves famílies, formem en oficis els joves i  
els procurem accés al treball.

Col.labora amb el projecte a través de:

**La Caixa 2100 3001 62 2500027076 - Caixa Catalunya 2013 0087 16 0200448775**

# "HA CANVIAT LA MANERA COM ES CONSUMEIXEN LES NOTÍCIES"

**Aquesta dona menuda és la primera editora per a mòbils i tauletes de la BBC. La seva tasca és que la informació arribi el millor possible als usuaris que, cada cop més, s'informen a través dels dispositius mòbils. El seu càrrec mostra fins a quin punt la professió periodística es transforma i s'adapta a les noves tecnologies.**

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTO SERGIO RUIZ

**Aquesta entrevista és la prova del canvi tan ràpid sofert per la professió?**

Sóc la primera editora mòbil de notícies a la BBC. Així que sí, tot està canviant i l'èmfasi que es posa en aquests temes és molt més gran. Realment, un parell d'anys enrere ningú pensava que tot això creixeria tan ràpid. Es preveia la irrupció dels mòbils però, de cop i volta, ja són aquí!

**Ja fa molts anys que els periodistes havíem de saber de política. Després, amb la crisi, d'economia. I ara, de tecnologia. No és una mica esquizofrènic?**

Jo crec que encara calen els especialistes en política i en economia, però realment un periodista digital, més que saber de tecnologia, ha d'entendre com s'està consumint allò que produeix. Perquè té a veure amb com es construeix una història,

amb el relat, i ha d'entendre quina és la millor manera de fer-ho per a diferents públics i plataformes.

**Els periodistes no ens hem emborratxat una mica de tecnologia quan tan sols és una eina?**

És una eina, si bé al mateix temps també té a veure amb el teu públic, amb la gent que consumeix el que produeixes. I això influeix. Ha canviat la manera com es consumeixen les notícies, fonamentalment, des del creixement del mòbil i més encara amb els telèfons intel·ligents.

**El darrer estudi Reuters sobre mitjans diu que més d'una tercera part dels joves entre 18 i 24 anys s'informen, sobretot, a través dels telèfons mòbils.**

És un canvi molt profund. Per començar, per a molta gent la connexió a Internet és

a través del telèfon i no pas de l'ordinador. Hi ha parts del planeta, com a l'Àfrica o en alguns llocs d'Àsia, on molta gent no té ordinador i el més probable és que no el tinguin. Per tant, hi ha un canvi de paradigma. Amb tot, si tens una gran proporció de públic que encara consumeix les notícies des dels ordinadors, tampoc els ho pots treure, això. Almenys a la BBC, que som un servei públic. Perquè si tens una base important d'usuaris contents i acostumats amb el que els hi ofereixes, no pots canviar-ho d'un dia per a l'altre perquè se n'aniran. Has de cuidar els nous usuaris, però també els que ja et són fidels.

**L'estratègia empresarial basada en els mòbils ja està consolidada o encara ens trobem a l'inici de quelcom molt més complex?**

Crec que encara som al principi del fenomen del mòbil perquè la tecnologia cons-





Nathalie Malinarich, Editora Mòbil i de Nous Formats de la BBC, analitza les noves tendències de consum informatiu des del telèfon mòbil i intenta donar-hi resposta.

## PERFIL

L'actual Editora Mòbil i de Nous Formats de la BBC, va especialitzar-se en mitjans de comunicació a la London School of Economics i, posteriorment, va iniciar la carrera professional a la revista *Caras* de Xile. El 1999, va començar a treballar per a la BBC. Ha treballat en diferents àrees de notícies, interactivitat i en línia. El 2009, va convertir-se en editora executiva mundial del seu web de notícies.

tantment està canviant. Fa tres anys, qui creia que WhatsApp tenia tant de valor com per ser comprada per Facebook? I què vindrà després? No es poden fer plans, ja que els hauràs de canviar, i aquest és un dels principals reptes als quals s'enfronten, sobretot, les grans companyies, a les quals costa donar tantes voltes.

### **I com es planteja una companyia com la BBC una estratègia a llarg termini amb tanta incertesa?**

És molt difícil. Una de les maneres de fer-ho és mitjançant la creació de grups petits de reacció ràpida, que proven accions diverses per després, si funcionen, passar-les a grups més grans i establerts. I ens dóna força bons resultats. Hem creat un grup a escala força reduïda, de poques persones,

"UN PERIODISTA DIGITAL, MÉS QUE SABER DE TECNOLOGIA, HA D'ENTENDRE COM S'ESTÀ CONSUMINT ALLÒ QUE PRODUÏX"

que treballa amb vídeos i xarxes socials, i reflexionen sobre què vol la gent i quan i a on mira vídeos en els telèfons mòbils. I un cop han creat el producte, el passen als equips regulars de la companyia.

### **Intueixo que els vostres estudis diuen que el consumidor final és força heterogeni.**

Sí. Fa un any, vam fer un estudi que va detectar sis tipus d'usuaris per als nostres productes. I aquest és l'avantatge de disposar d'una aplicació i d'un web per al

mòbil amb els quals podem dirigir-nos a públics diferents. Tenim una aplicació que ens permet tenir una audiència més petita, encara que més fidel, aquells que ho llegeixen tot. En canvi, el públic del web hi llegeix dues o tres coses i se'n va. El comportament és diferent. Per una part, tenim la persona que vol assabentar-se de les notícies i que, des de primera hora del matí, quan és al metro, ja està llegint al mòbil. I, d'altra banda, hi ha els que miren vídeos banals que no tenen a veure amb les notícies perquè temes com la guerra de Síria no els interessin.

### **Els temes banals solen ser molt vistos. Com escapar del caramel que suposa el material viral informativament irrellevant?**

Una manera de veure-ho és dir que els materials virals són molt exitosos. Tot i així, les notícies importants també ho són. Hem observat

que quan passa alguna notícia important, hi ha una audiència més gran que la segueix. Fa poc, per exemple, una notícia sobre l'Iraq va generar una audiència de dos milions de persones.

### **En quins moments del dia els usuaris consumeixen més informació des del mòbil?**

Al matí i a la nit, quan la gent torna a casa. En canvi, les notícies consultades des de l'ordinador se solen consumir entre el migdia i les dues, a l'hora de dinar.

### **Durant anys, l'estratègia de moltes empreses periodístiques estava pensada per a ordinadors i ara parlem de telèfons mòbils. I no és el mateix.**

No, no ho és. Es parla molt del sistema *mobile first*, és a dir primar sobretot la informació mòbil. És un bon sistema però, en el fons, també has de cuidar la teva audiència que busca l'anàlisi, la profunditat. I això és més difícil donar-ho a través del telèfon mòbil perquè en ser un espai més reduït tens menys oportunitat de promoure continguts.

### **Teniu dades sobre les diferències de lectura al mòbil o a l'ordinador?**

Per ara, el que observem és que aquells que s'informen a través del mòbil encara prefereixen el text al vídeo. En part, perquè depèn d'on ets el vídeo pot tardar a baixar i, a més, si et trobes en un lloc amb més gent, necessites auriculars. I una de les grans diferències és el nivell de tolerància. Quan t'informes a través del mòbil, has d'enganxar a la persona a la primera perquè si s'ha d'esperar ràpidament se'n va a un altre lloc. I quan parlo de tolerància també em refereixo a quan ja disposen de connexió. Perquè si la lectura o el vídeo no els enganxa, canvien. Per això, molts cops la televisió no funciona per al mòbil, perquè triga molt a entrar en les històries.

### **A més, alguns mòbils no estan preparats per a la informació mòbil, sobretot pel que fa als vídeos.**

Cada cop més, els mòbils ja no s'utilitzen per parlar per telèfon. Passem més hores al mòbil amb coses que no són xerrar per

telèfon. I cada cop els dissenyen amb pantalles més grans, millor definició... També és cert que si estàs molt interessat a mirar un vídeo a YouTube –que segurament no serà una notícia– esperaràs que es descarregui per la gratificació instantània que et produeix. La meitat del consum de YouTube es fa des de telèfons mòbils, una tendència que no para de créixer.

### **Hi ha alguna dada sobre la informació mòbil que t'hagi sorprès?**

Tot em sorprèn. La quantitat de vídeos

"TREBALLEM AMB GRUPS PETITS DE REACCIÓ RÀPIDA QUE, UN COP HAN CREAT EL PRODUCTE, EL PASSEN ALS EQUIPS REGULARS DE LA COMPANYIA"

consumits, la quantitat de trànsit, que estiguem a punt de tenir més contractes de telèfons mòbils que persones al planeta...

### **I observeu diferències entre els joves i els majors de quaranta anys quant al consum informatiu des del mòbil?**

Els telèfons, sobretot els de pantalla tàctil, han canviat aquestes diferències. La meua mare té més de setanta anys i odiava l'ordinador. En canvi, ràpidament va entendre com funcionava l'iPhone i ara l'utilitza tot el dia. Perquè hi ha dispositius intuïtius, més personals i pràctics, a més de ser molt més agradables d'utilitzar que l'ordinador.

### **Tot i això, seguïu alguna estratègia per a les diferents franges d'edat i l'ús i consum que les mateixes fan de les notícies mòbils?**

No, d'això no tenim. Però vam fer trobades amb joves amb edats entre 16 i 29 anys en què els vàrem fer moltes preguntes. Una de les coses que ens van deixar clar és que no volen que ningú esculli per ells. Ells volen escollir allò que consumeixen, personalitzar la informació. Nosaltres seguim temes que els interessin si bé, a part d'això, no volen que els diguem què han de consumir. Algunes vegades, volen consumir com a joves i, d'altres, fer-ho com a adults.

### **Si et faig resumir els nombrosos estudis d'hàbits de consum en telefonia mòbil amb un titular, quin seria?**

"El telèfon és el més important". Un cop, durant un grup de discussió amb joves, els vaig preguntar què significava per a ells la televisió. "Una distracció", van dir. I la ràdio? "La meua àvia l'escolta". I Internet? "És la meua vida", "No puc viure sense el meu telèfon", van respondre.

### **La revolució en la comunicació es troba en la interactivitat. Les estratègies d'informació mòbil i xarxes socials a la BBC van pel mateix camí?**

Per ara són diferents, per contra, crec que han d'integrar-se.

Treballo colze a colze amb l'editor de xarxes socials. Ara bé, com ho hem de fer perquè la gent que pregunta i opina n'obtingui una resposta, una conversa real? Perquè si no són dues converses –la nostra i la de l'audiència– que mai es creuen. No és fàcil, però es pot fer.

### **Els periodistes hem de canviar la nostra manera de treballar arran de les noves maneres de consumir. Això, però, també crea reticències.**

Evidentment. Tot i així, si no entenem com es consumeixen les notícies, com podem entregar-les al públic? Si vols seguir

"ELS VÍDEOS DE 40 SEGONS T'OBLIGUEN A SER MÉS CONCÍS, PERÒ NO ES TRACTA TAN SOLS DE BREVETAT"

fer un diari que es llegirà l'endemà, has de saber que la realitat ja no és aquesta. Ara una empresa no pot tenir periodistes que no treballin mai en l'entorn digital. Això implica canviar l'estructura de feina diària perquè el cicle de notícies ara és molt més ràpid que fa deu anys.

### **La BBC és un mitjà tradicional, important i amb una forta credibilitat.**

### **Tot això, a l'hora de canviar d'estratègia comunicativa, pot ser un fre?**

El canvi és difícil perquè és un mitjà molt gran. Ja sigui perquè has de reciclar molta gent, perquè hi ha professionals que fa anys que treballen de la mateixa manera o perquè la televisió i la ràdio encara són populars i segueixen consumint-se.

### **En el congrés de la Global Editors Network, en què has participat, vas parlar de la necessitat d'adaptar els vídeos de notícies de la BBC al format del telèfon, fent-los més curts.**

Hem fet vídeos de 15 segons per a Instagram i WhatsApp però, en general la tolerància dels consumidors se situa entre 45 i 90 segons. I els vídeos de 40 segons t'obliguen a ser més concís. No es tracta tan sols de brevetat i sempre depèn del vídeo. La gent també mirarà un documental de cinc minuts que valgui la pena.

### **Amb les breaking news, a més de breus heu de ser ràpids.**

Disposem d'una eina que ens permet escriure una línia amb un enllaç que va a Twitter, als subscriptors de correu electrònic, al web, etc. Això ens permet ser ràpids i estalviar temps.

### **Al congrés, han explicat que els publicistes encara no s'han assabentat dels nous hàbits.**

Sí, és espantós. No et puc dir res de la publicitat que rebo al telèfon perquè la ignoro ja que, en general, està molt mal feta.

### **Una de les conclusions del congrés és la tendència creixent de la informació mòbil. Per tant, se't girarà molta feina i tindrà poc temps lliure, no?**

(Riu) Ja tinc poc temps lliure ara! El que pot ocórrer en el futur és que no calgui un editor mòbil perquè tot serà mòbil. Encara, però, falta força temps abans que això passi, així que em sembla que tindrà feina durant molts anys... Ç

# EL PERIODISME DAVANT DEL CONFLICTE

La informació de rigor i l'opinió amb criteri, úniques vies davant  
les tensions polítiques i territorials a Espanya

TEXT ENRIC CASTELLÓ  
FOTOS DAVID CAMPOS



**Enric Castelló, professor del Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili i membre d'Asterisc, Grup de Recerca en Comunicació, analitza com els mitjans de comunicació espanyols i catalans expliquen el conflicte polític actual i com els mass media sovint generen narratives viciades, parcials que no ajuden ni la societat ni la professió.**

Espanya viu temps polítics convulsos que posen a prova el periodisme, una eina principal per al manteniment d'una democràcia sanejada i participativa. Davant qüestions com el procés sobiranista català, les tensions territorials i la crisi de l'estructura autonòmica, els mitjans de comunicació estan tenint un rol crític. Assistim a un context d'alta pressió a les redaccions que massa sovint situa els professionals al llindar del que marca un exercici responsable i ètic del periodisme. Més

## EL CIUTADÀ, AVESAT A UN PERIODISME IDEOLÒGIC, HA DE CONSUMIR MITJANS DE COMUNICACIÓ DIVERSOS SI VOL UNA VISIÓ PLURAL

enllà dels codis i recomanacions existents i necessaris, hi ha tota una sèrie d'aspectes que poden millorar la manera de tractar el conflicte polític, tot prestigiant la feina feta i millorant el servei al ciutadà.

El periodisme que es fa a l'Estat espanyol és molt polaritzat a nivell ideològic, una característica que comparteix amb altres contextos com l'italià. En aquest model, els poders polítics i econòmics tenen força capacitat d'influència en la feina periodística, en contrast amb els models liberals (bàsicament anglosaxons) o centreeuropeus. En els darrers anys, i especialment des del 2010 –amb la retallada de l'Estatut

de Catalunya per part del Tribunal Constitucional com a punt d'inflexió–, aquesta polarització s'accentua no només en l'eix ideològic d'esquerra i dreta, sinó també en l'eix nacional espanyol i català.

### PLURALITAT ALS MITJANS

Llegim i escoltem titulars destinats a abonar una determinada visió política que dobleguen, a vegades fins a esguerrar-lo, el referent i principi de veritat. Aquest periodisme ideologitzat actua perfilant tota informació i opinió des d'un prisma nacional, i fins i tot nacionalista, parape-  
tat en premisses que

malmeten ja no una objectivitat desitjable, sinó el mínim distanciament exigible entre la línia editorial i la informació dels fets. Quan observem tertúlies, sovint s'evidencia qui parla amb el barret de

## A ESPANYA I CATALUNYA, SE SOBREENTÉN L'EXISTÈNCIA D'UNA COMUNITAT ENFRONTADA I SE N'EXPLOTA EL POTENCIAL NARRATIU

quina posició o facció política. El resultat és un ciutadà avesat a un periodisme ideològic que per tenir una visió plural ha de consumir mitjans diversos. Aquesta

premissa dóna per descomptat que la pluralitat no pot habitar en una única capçalera o emissora.

En el marc d'un projecte d'investigació encapçalat per la Universitat Rovira i Virgili en el qual han participat dotze investigadors radicats a Espanya, Regne Unit, Bèlgica i França s'ha pogut observar que qualsevol temàtica inclosa a l'agenda és susceptible de ser resclosa entre les parets del conflicte polític. Així, una qüestió de recursos hídrics, un litigi sobre la tinença i exposició d'obres de museu, la controvèrsia sobre la prohibició dels toros, i altres temes que sovint tenen dimensions tècniques, esdevenen matèria de construcció de marcs interpretatius que redunden en el conflicte identitari, en la confrontació de comunitats i nacionalitats. El periodisme català està sotmès també a aquest tipus de context en contraposició a sucursals i mitjans radicats a Madrid, que juguen la carta contrària. Com s'esdevé aquesta polarització ideològica i amb quins mecanismes actua en els textos i discursos? Podem fer quelcom per millorar-ne el tractament?

### EL CONFLICTE COM A MARC ÚNIC

Entre els mecanismes, s'abusa d'estereotips i generalitats aplicades a casos puntuals o extrems. Una pràctica observable és, per exemple, l'ús de les opinions i declaracions més radicals per presentar els arguments de "l'altre". Les narratives periodístiques a Espanya i

Catalunya intensifiquen els discursos d'alteritat. Se sobreentén l'existència d'una comunitat (cultural o política) enfrontada (catalans/espanyols i Barcelona/Madrid)

però això té també algunes trampes per als que defensen que la diversitat només rau a afegir diversos ingredients a l'amanida informativa. Un periodisme responsable ha d'integrar la pluralitat, defugir el maniqueisme de bons i dolents, i treballar per recollir la complexitat, les visions alternatives o inèdites, fins i tot inesperades. El periodisme està perdent la capacitat de sorprendre des d'aquest punt de vista, i un periodisme que no genera inquietud s'esmoreeix.

### CONFLICTE-ESPECTACLE

Ara bé, aquesta "agitació" s'està llegint erròniament quan muta en alarmisme i espectacle. L'accent en el conflicte forma sovint part d'aquest joc, conforma un conflicte-espectacle. Cal vigilar, però. L'exacerbació de les diferències entre

i se n'explota tot el potencial narratiu, a vegades exagerant o focalitzan-ne només les diferències.

Així, es perd de vista l'anàlisi matisada del conflicte, els serrells, els detalls i la complexitat; avui es prima un periodisme categòric, contundent i alineat, i es troba a faltar la figura del periodisme distanciat, amb criteri propi, que defuig de classificació, reputat per la independència. Aquesta actitud professional i comercial

### ES PERD DE VISTA L'ANÀLISI MATISADA, ELS SERRELLS, ELS DETALLS I LA COMPLEXITAT. ES PRIMA UN PERIODISME CONTUNDENT I ALINEAT

-es repeteix que això "és el que ven"-, és miop en el sentit que deixa de banda una bona part de l'audiència, -sospitem que cada cop més àmplia- que busca una visió alternativa a la tirania dicotòmica del blanc i negre.

Els nínxols d'audiència territorials, alimentats per la premsa i les televisions autonòmiques, han produït una versió cap a una compartimentació ideològica,

### ELS NÍNXOLS D'AUDIÈNCIA TERRITORIALS, ALIMENTATS PER LA PREMSA I LES TELEVISIONS, HAN CREAT UNA COMPARTIMENTACIÓ IDEOLÒGICA

comunitats pot derivar cap a un llenguatge de l'odi, o una deshumanització de la comunitat "enemiga" un preludi que, desgraciadament, s'ha donat en conflictes que han derivat cap a escenaris de violència. A l'altra banda, el periodisme té la possibilitat de recollir un debat i exposar una informació que expliqui la diversitat política, cultural, lingüística, etc. Fer-ho no és tan complex.

Una manera d'actuar seria incorporant articles d'opinió i declaracions raonades de visions oposades a la línia editorial. És molt poc habitual, si bé el lector ho agraeix, llegir les raons de l'altre, de manera reposada i en un registre de qualitat. Implica buscar els millors arguments contraris i presentar-los adequadament a l'audiència. Implica evitar l'ús sistemàtic de les declaracions més exacerbades per

refermar la posició pròpia. No presentar aquests raonaments descontextualitzadament, incomprensiblement, només per crear més confusió. El debat polític televisiu s'ha convertit en un espectacle en què en el format es prioritza el crit, s'entretalla l'argument, s'imposa la premsa i l'anècdota, i s'escalfen les boques buscant reaccions. En aquest sentit, és il·lustratiu l'estranyesa que arriba a crear un debat televisiu reposat, amb arguments, que trenqui aquest format reescalfat que acaba sent una gàbia. Davant d'un programa televisiu reposat, sense estridències, i que a sobre té una excel·lent audiència, ens sorprenem. Per què?

### ESTRUCTURES I LLENGUATGE

Una altra de les actituds habituals és l'ús de metàfores que acaben malmetent la qualitat. Avui, les metàfores bèl·liques, esportives i de catàstrofes naturals es colen amb naturalitat en la crònica política. La metàfora pot en-

riquir el llenguatge, és un recurs suggestiu que usat conscientment, es una opció per vestir el text. Però en anar a caure als llocs comuns metafòrics (la batalla, noqueja, torpedina, el tsunami, etc.) s'acaben més aviat empobrint els textos d'opinió i s'arriba a distorsionar els informatius.

Especialment interessant es posar atenció quan s'usen metàfores de camps semàntics molt allunyats del referent que estem explicant. Per exemple, per parlar sobre una manifestació s'usa un símil amb una pel·lícula de terror o s'entra en el camp dels desastres naturals. Una interessant pràctica podria ser justament buscar camps lèxics alternatius que ofereixin imatges o marcs inèdits sense tergiversar la informació. El periodisme escrit està virant cap a gèneres més interpretatius i analítics que legítimament incorporen un llenguatge florit. Tot i així, aquest periodisme sovint dóna per descomptat que el lector ja està informat del tema per altres vies, i aquesta



En pàgines anteriors i sobre aquestes ratlles, les banderes als balcons mostren les diferents opcions dins el conflicte polític actual en el qual es troba Catalunya.

pressuposició és problemàtica perquè molts lectors només tenen com a referència aquella anàlisi periodística.

D'altres vegades, trobem un relat que reproduceix repetidament una estructura narrativa a cròniques i informacions. Hi trobem uns actors (polítics, col·lectius) que solen desenvolupar els mateixos rols de problematització (són, per tant, “el problema”), i altres que apareixen en l'apartat resolutori (són, així, “la solució”). Aquestes estructures, amanides amb adverbis i adjectivacions, acaben presentant una història maniquea d’“herois” (nosaltres, els nostres) i “villanos” (ells, els altres). Cal buscar el temps necessari per reflexionar sobre les estructures i assajar-ne alternatives. La carcassa en què es presenta el

relat acaba condicionant-ne el significat; canvien els personatges (els subjectes) i les accions (els verbs), encara que la forma d'endreçar-los i qualificar-los resulten el mateix: el reforç de l'alteritat i de la identitat de la comunitat pròpia.

### SERENITAT VERSUS “VENTADA”

El periodisme queda fascinat per la tempesta que ell mateix relata. Potser algú dirà que és mal moment per demanar reflexió i serenitat, però es oportú, necessari. De com s'actui tindrem un resultat en relació al prestigi i rol de la professió. Al final, prevaldrà el periodisme de qualitat, honest i compromès amb l'ètica: són les parets que es requereixen per protegir-se de “la ventada”. La professió pot sortir-ne

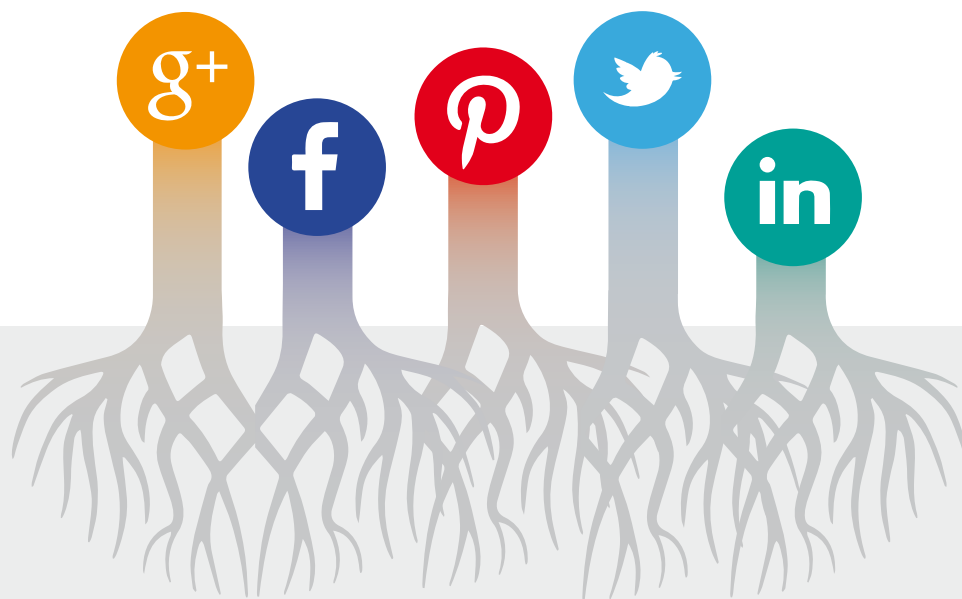
reforçada, i potser en el futur proper es relacionarà encara més amb la llibertat, el progrés i la democràcia; no donem això per descomptat. Ç

Més informació a:  
<http://mediosyconflicto.wordpress.com/> → Resultats i eines del bloc del projecte “La construcció mediàtica dels conflictes polítics i territorials a Espanya. Estudi dels discursos i narratives”, finançat pel Ministeri d'Innovació i Ciència (CSO-2010-20047).

+ info

# XARXES MADURES

La comunicació a Facebook i Twitter ha evolucionat cap a una major racionalització i un ús més pràctic d'aquests canals





**En els darrers cinc anys, han evolucionat l'estratègia, els continguts i la relació amb els usuaris a les xarxes socials. Diversos professionals d'institucions i empreses parlen de l'inici, l'esclat i l'ús actual més racional en un moment en què Internet té un paper clau en la comunicació.**

Les xarxes socials i els seus usuaris s'han fet grans. Facebook va complir deu anys al febrer, YouTube arribarà a la dècada el febrer de 2015 i s'haurà d'esperar al 2016 perquè la xarxa de l'ocellet faci les dues xifres. Però malgrat aquesta adolescència d'edat, les xarxes viuen una maduresa en l'ús. Ara ja no s'hi val a jugar.

Des que les primeres empreses, institucions i mitjans es van llançar a les xarxes i fins ara, la feina del *community manager* i la realitat d'aquests canals han evolucionat molt. El caos ha mutat en estratègia, el contingut replicat ha estat personalitzat i s'ha passat de voler captar usuaris a pes a anhelar seguidors compromesos. I tot això en una època en què les xarxes han de conviure amb dues realitats incòmodes: la puixança de la missatgeria instantània –que segons el baròmetre ja supera en ús

les xarxes socials– i el malestar de l'era post-Snowden per la manca de privacitat.

Si bé les xarxes socials apareixen uns anys abans, no va ser fins al 2009 que alguns mitjans, institucions i empreses pioners es van iniciar a Facebook i a Twitter. En molts casos, perquè era modern, perquè hi eren les fonts, perquè els ciutadans en

## EL CAOS HA MUTAT EN ESTRATÈGIA, EL CONTINGUT HA ESTAT PERSONALITZAT I S'HA PASSAT DELS USUARIS A PES ALS SEGUIDORS COMPROMESOS

parlaven en aquests canals o simplement sense saber massa el perquè. Sergi Xaudiera, estrateg de xarxes socials a la Generalitat de Catalunya i piulador des del 2008, recorda l'etapa a l'agència We are Social,

de Londres: “Facebook i Twitter eren molt incipients. La gent ens preguntava si realment eren útils”. La Generalitat va obrir comptes a les xarxes el 2009 i, el juny del 2010, publicava la primera edició de la Guia d'usos i estils per a xarxes socials.

La cap de Premsa de la Comissió Europea a Barcelona, Laura Rahola, assenyala

que es van iniciar a Facebook el febrer del 2009 i a Twitter l'octubre del mateix any. Assegura que van ser dels primers per “l'obsessió de ser

propers als ciutadans”. Ara també són a Instagram, YouTube i Storify.

Per altra banda, Juan Antonio Hidalgo, responsable de Social media de la direcció

de comunicació externa del Banc Sabadell, explica que a l'entitat van batejar-se en les xarxes, el 2009, quan van obrir un bloc, la sala de premsa i comptes a YouTube, Flickr, Facebook i Twitter. Al principi, els continguts tenien "una repercussió relativa" fins que va esclatar l'ús d'aquests canals i els periodistes els van començar a emprar com a font. Van començar a rebre trucades per ampliar informacions que alts càrrecs de la direcció havien emès privadament per aquests canals, com quan van piular, al novembre de 2011, que el banc retirava la publicitat del programa de televisió La Noria (Telecinco).

## MÉS ESTRATÈGIA, MENYS USUARIS

Carlota Martí, membre de l'equip de premsa de la Comissió Europea a Barcelona, rememora l'inici a les xarxes com a directora de l'*Anoia*. Recorda que

van començar a piular les rodes de premsa "d'una manera molt intuïtiva, sense cap mena d'estratègia" perquè les fonts primàries, com l'alcalde d'Igualada, ho feien.

Aquesta actitud, la de llançar-se a la piscina sense saber com ni cap a on nedar,

## ABANS S'OBRIEN COMPTES PER A QUALESVOL COSA SENSE REFLEXIONAR SOBRE EL CONTINGUT, PÚBLIC, PERIODICITAT I INTERACCIÓ QUE ES BUSCAVA

va ser molt habitual. S'obrien comptes per tot, a tots els canals, sense reflexionar sobre quin contingut posar-hi, per a quins públics, amb quina periodicitat i buscant quina interacció. El primer canvi, però, no va ser en les formes sinó en volum: l'ús de la Xarxa es va expandir ràpidament. Xaudiera identifica la nevada del 8 de març de

2010 com un punt d'inflexió en què es va veure que "calia ser-hi, a les xarxes". Poc després va començar el boom. I entre el 2010 i el 2011 molts van pujar al tren.

Un dels canvis més significatius està en els usuaris a què s'adrecen les marques: han

passat d'engrossir la xifra de seguidors amb descomptes a focalitzar els esforços en els seguidors més compromesos. "Ara ja no volem molts

usuaris, volem usuaris que els interessi el que diem, que ens ajudin a construir el nostre relat, que interactuïn i que siguin crítics", explica Martí ajudant-se de l'exemple d'una iniciativa de la secció noruega de Burger King. L'empresa va oferir una Big Mac del seu rival McDonald's a aquells usuaris que els deixessin de seguir



## COMMUNITY MANAGER, NÍNIXOL D'OCUPACIÓ

La feina de *community manager* o *social media manager* és molt cobejada, i això malgrat que per a molts suposa estar les vint-i-quatre hores alerta al batec de les xarxes. Si bé, en un primer moment, no era del tot entesa i fins i tot hi havia la percepció social que era frívola i fàcil, a poc a poc s'ha implantat la idea que cal un professional de la comunicació per desenvolupar-la. De fet, Josep Lluís Micó l'assenyalava com un nínixol per a periodistes en l'informe sobre el futur de la professió. "S'ha pres consciència que les xarxes no són una joguina que puguin estar en mans del becari o del nebot", afirma Xaudiera. També Martí opina: "Al principi hi va haver un boom que s'està desinflant". Hidalgo explica que a Comunicació del Banc Sabadell no hi ha una figura específica, sinó que s'ha format tothom al departament per assumir aquestes tasques. En general, la tendència és que si bé en un principi es contractaven agències de comunicació i freelance, ara se n'està internalitzant la gestió.

a Facebook; van perdre 30.000 fans, però se'n van garantir 8.000 de compromesos. Hidalgo apunta en aquest sentit: “Hem d'anar a buscar audiències molt més minoritàries, molt més especialitzades”.

## QUEIXES I NOUS ESPAIS

La participació dels usuaris, la raó de ser de la web 2.0 i el que ha revolucionat el

## AVUI DIA, ELS USUARIS ES PASSEGEN MENYS PER LES XARXES SOCIALS I CONCENTREN L'ACTIVITAT EN DETERMINATS CANALS

paradigma clàssic de la comunicació, també viu una nova etapa en què s'ha passat de l'eufòria als silencis selectius: els usuaris es passen menys per les xarxes socials i concentren l'activitat en determinats

canals. “Hi ha estudis que diuen que la interacció dels usuaris ha baixat una mica”, explica Xaudiera, qui afegeix que la participació es canalitza cada vegada més cap a la lamentació i que “Twitter ha esdevingut un gran llibre de reclamacions”.

Per a Hidalgo, les xarxes socials proporcionen a les empreses “l'oportunitat de consolidar un discurs propi i de reforçar-ne la imatge”, però també “obren camps de comunicació que abans no existien i que són en terreny de ningú”. Els nous usuaris d'avui, en

la mesura que estan més compromesos, també són més exigents. “Per aconseguir aquest tipus d'usuaris, has de donar un contingut de més valor”, afirma Martí. De fet, el contingut ha estat la pedra angular de moltes estratègies, si bé alguns

## ABANS ES COMUNICAVA EL MATEIX A TWITTER I A FACEBOOK. ARA ES COMENCEN A DISSENYAR ESTRATÈGIES ESPECÍFIQUES PER A CADA CANAL

professionals demanen també contenció; consideren que s'ha de generar contingut sense desviar-se de la identitat de la marca. En aquest sentit, Hidalgo opina que un banc potser no s'ha de centrar a generar continguts “amables”, sinó financers “d'alt valor afegit”. “Un banc ha de parlar de banca. No ha de parlar només de futbol, encara que en sigui patrocinador”, sentència.

Reflexions com aquestes relatives al contingut també s'han estès a les plataformes. Si en un primer moment es comunicava el mateix a Twitter i a Facebook, de vegades de manera automatitzada, ara es dissenyen estratègies específiques. En parla Martí: “A Facebook tenim un perfil més cívic. Els continguts que donem són coses que repercuteixen directament en

el ciutadà. A Twitter, ens segueixen periodistes i *think tanks* europeus i el contingut està molt més enfocat cap a ells”. Martí crida a dissenyar estratègies globals que es concretin d'una manera diferent a cada xarxa, aprofitant les característiques de cada plataforma.

## MÈTRIQES I DESCONNEXIÓ

L'interès o l'obsessió dels gestors de xarxes socials per conèixer els seguidors també ha anat *in crescendo*. “En un primer moment, les mètriques eren molt quantitatives i ara es comencen a valorar més indicadors d'interaccions, ràtios d'interès, de compromís”, explica Xaudiera. Aquestes dades serveixen, en molts casos, per millorar l'estratègia: saber a quines hores els tuits són més efectius, quins han estat més repulats... I mentre s'esmercen cada vegada més esforços per connectar amb els ciutadans, ells comencen a descon-

nectar-se o a fer un ús menys intensiu. Twitter reconeixia que va créixer entorn d'un 6% el 2013, quan el mateix període del 2012

ho havia fet un 11% i Facebook també va admetre fa mesos una fuga d'usuaris, sobretot d'adolescents. Les empreses també estan començant a tancar comptes en determinades xarxes i s'ho pensen més abans d'obrir comptes per a qualsevol iniciativa petita, que acaba convertida en una etiqueta dins el compte corporatiu.

En tot aquest temps, els gestors de xarxes socials també han hagut de superar un altre repte: vèncer les reticències d'alguns directius que veien aquest entorn com de soroll i crítiques. I a això s'hi ha sumat la dificultat de casar els valors institucionals amb els de les xarxes. Xaudiera comenta al respecte: “Les xarxes socials són un entorn de la ciutadania i, com a institució, hi som com a convidats. Ens hem d'adaptar a la seva manera de fer sense perdre la identitat”. Ç

# QUE VÉENEN ELS ROBOTS!

La intel·ligència artificial arriba a les redaccions  
i enceta un debat sobre els límits de la  
feina elaborada per màquines

TEXT **JORDI ROVIRA**  
IL·LUSTRACIÓ **PAULA CASTEL**



## Els robots substituiran els periodistes?

**Aquest pronòstic catastrofista està en el rerefons del debat sobre el periodisme automatitzat, textos escrits per una màquina que funciona a partir d'un algoritme. Cada cop hi ha més mitjans de comunicació de referència que utilitzen aquesta tecnologia, i això planteja molts interrogants en la professió. Podrà competir la intel·ligència artificial amb els humans?**

Algun dia els robots substituiran els periodistes? La pregunta pot semblar extreta d'alguna novel·la d'Asimov o d'un fragment de *Blade runner*, però el que sembla una aventurada hipòtesi de futur ja és, en part, una realitat. El periodisme elaborat a través d'algoritmes s'està introduint en la professió. Alguns experts auguren que és el futur, mentre que d'altres no es creuen que les màquines arribin a escriure com els humans. El debat està obert.

El que és clar és que la intel·ligència artificial està arribant a les redaccions, tot i que, per ara, es limita a tasques força mecàniques. La progressiva automatització de la feina humana ha provocat l'augment d'empreses i aplicacions que elaboren notícies molt bàsiques a partir de combinacions algorítmiques. Encara es tracta de textos senzills, semblants als dels teletips, però no es pot obviar que les màquines ja recopilen, verifiquen, estructuren i converteixen dades en un text comprensible.

## LOS ANGELES TIMES, CHICAGO TRIBUNE, ASSOCIATED PRESS O PROPUBLICA JA PUBLIQUEN INFORMACIONS FETES PER MÀQUINES

Per entendre com s'ha arribat fins aquí hem de parlar de Narrative Science, empresa ubicada a Chicago que fa pocs anys va desenvolupar una plataforma

d'intel·ligència artificial que convertia dades estadístiques en textos automàticament, sense intermediació humana. Aquesta *start-up* té l'origen a inicis del 2010 i sorgeix d'un projecte d'investigació de la Northwestern University Schools of Engineering and Journalism d'aquesta ciutat. En aquests anys, Narrative Science

## EL 2014 AUTOMATED INSIGHTS, EMPRESA QUE ELABORA TEXTOS DE MANERA AUTOMÀTICA, HAURÀ GENERAT FINS A 1.000 MILIONS DE NOTÍCIES

no ha parat de créixer (ja dona feina a trenta persones i té seus a Chicago, Washington i Nova York) i, paral·lelament, i com és habitual en l'entorn tecnològic actual, s'han creat empreses i aplicacions que ofereixen serveis similars.

Ara bé, un dels moments d'inflexió del debat sobre el periodisme automatitzat va tenir lloc en una altra ciutat dels Estats Units: Los Angeles. La matinada de l'1 de febrer del 2013 a les 5.36 minuts, un algoritme dissenyat per extreure informació del Servei Geològic dels Estats Units es va posar a treballar arran d'un petit terratrèmol a Califòrnia. El text deia: "Un terratrèmol de magnitud

3,2 es va registrar el divendres al matí a 11 km de San Simeon, segons ha informat el Servei Geològic dels Estats Units. El tremolor va ocórrer a les 05:28 del matí a una profunditat de 6 km".

El web de *Los Angeles Times* donava en exclusiva la notícia tan sols vuit minuts després del terratrèmol i anava signada per Ken Schwencke, periodista i programador d'aquest diari i responsable de l'algoritme –que batejaria amb el nom de Quakebot– que li va fer la feina mentre ell dormia.

Un any i pocs mesos després d'aquell fet, el periodisme elaborat per màquines va ser un dels temes abordat per editors i redactors de tot el món reunits pel Global Editors Network que, al juny, van celebrar un congrés a Barcelona (GEN Summit). D'aquell debat, va quedar clar que robots i periodistes semblen destinats a treballar plegats, tot i que encara sembla més que improbable que els primers treguin la feina als segons. Una de les opinions que durant el congrés va apuntar en aquest sentit va ser, ni més ni menys, que la de Larry Brinbaum, cofundador de Narrative Science, per a qui aquesta aplicació escriu històries complementàries a les dels periodistes "que d'una altra manera no hi

## APLICACIONS ÚTILS

Al GEN Summit, la cimera mundial dels editors de mitjans de comunicació, que es va celebrar al juny a Barcelona, es van donar a conèixer una sèrie d'aplicacions informàtiques que poden fer determinades tasques periodístiques. Aquestes en són algunes:

### Wibblitz

Aplicació d'una empresa israeliana que, gràcies a un algoritme, en tan sols cinc segons munta un vídeo de quaranta-cinc segons a partir d'un text d'agència. Elabora 10.000 vídeos diaris que serveixen per alimentar pàgines web.

### Flipboard

Eina que dissenya i compagina revistes en línia de manera personalitzada per a cada usuari. L'aplicació crea la composició més adequada per a cada canal de contingut.

### Storify

Plataforma en línia que compona històries contextualitzades i coherents a partir de diferents informacions que són extrems de les xarxes socials (Twitter, Facebook, Instagram, Flickr...).

### XalokWeb

Una plataforma modular de gestió de continguts web que els adapta a qualsevol proposta funcional i de disseny. Opera des de qualsevol navegador i permet treballar amb demandes puntuals de trànsit intens.

### Yseop

Una eina capaç d'escriure texts en anglès, espanyol, francès i alemany que es presenta com "el primer motor d'intel·ligència artificial que escriu i dialoga com un ésser humà".

### Trooclick

Nova aplicació que entén vuit idiomes i és capaç de llegir 10.000 articles de 3.000 fonts diferents en temps real per atorgar un rànquing de fiabilitat a qualsevol notícia publicada en línia.

### Truth Teller

Eina desenvolupada, el 2013, pel *Washington Post* que permet analitzar els discursos polítics i verificar dades d'una peça audiovisual. Aquesta plataforma integrada a la televisió del diari que transcriu els àudios, els guarda en una base de dades, i identifica, per comparació, per exemple, si un polític està mentint.

hauria manera que es publicuessin". Per tant, per ara, ningú traurà la feina a ningú.

## FENOMEN A L'ALÇA

Malgrat això, no es pot obviar que cada cop més mitjans de comunicació utilitzen aquesta tecnologia. Als Estats Units, ja és habitual veure notícies sobre els balanços

econòmics, el temps o els resultats esportius generades per màquines. Segons els càlculs d'Automated Insights, empresa que elabora textos automàticament, el 2014, hauran generat 1.000 milions de notícies per 350 milions de l'any anterior.

A més de *Los Angeles Times*, la revista *Forbes* ja publica notícies financeres amb

aquest sistema, ProPublica ha elaborat una sèrie d'informacions (dades i gràfiques sobre 52.000 escoles nord-americanes) gràcies a la intel·ligència artificial, el *Chicago Tribune* fa temps que adquireix notícies automatitzades i, a l'altre costat de l'Atlàntic, *The Guardian* edita una publicació mensual, *Open001*, que funciona gràcies a un algoritme que selecciona els articles i les fotografies prèviament publicats pels periodistes del diari.

Les agències de notícies també s'estan apuntant al periodisme automatitzat. L'alemanya Aexea ja treballa amb textos escrits per màquines i Associated Press va anunciar, al juliol, que els resultats trimestrals de les empreses serien escrits per robots. Els responsables d'AP van descobrir que gràcies a la tecnologia d'Automated Insights –combinada amb dades de Zacks Investment Research– podien generar petites històries (entre 150 i 300 paraules) amb el mateix temps que els periodistes, però en molta més quantitat. Lou Ferrara, vicepresident i director gerent d'AP, va explicar que, en lloc de les 300 notícies que els periodistes elaboraven cada trimestre, a partir d'ara en farien 4.400 escrites automàticament. Ferrara va assegurar que un missatge identificarà que la notícia ha estat escrita per un robot.

No tothom, tanmateix, admet obertament l'autoria de les màquines. Tom Kent, editor d'AP que va participar al congrés a Barcelona, va mostrar-se preocupat pel fet que alguns mitjans siguin reticents a esmentar que els autors són robots. "Des del punt de vista de la transparència, s'hauria de poder dir que un escrit l'ha fet una màquina, encara que a vegades els editors no ho volen fer", va criticar. "Si les gran empreses de notícies acaben sent

reemplaçades per robots, potser els lectors deixaran de confiar-hi”, va advertir Burt Herman, participant al congrés i cofundador d’Storify, aplicació que crea contingut a partir de les xarxes socials. “Potser per això no volen dir que treballen amb robots”, va concloure Brinbaum.

Les reticències a l’hora de revelar l’autoria dels robots també s’expliquen per la dificultat a diferenciar-los dels textos dels periodistes. Almenys és el que apunta un estudi de la Universitat de Karlstad (Suècia) que va concloure que el textos automatitzats poden ser de lectura més avorrida, però no per això s’han de poder distingir dels escrits dels humans.

## ON SÓN ELS LÍMITS?

Les reticències no provenen tan sols dels editors. Hi ha periodistes que tenen dubtes. “Qui s’adonarà dels errors abans que es multipliquin? Com es controlarà que els robots no utilitzin informació protegida pels drets d’autor? I si algun material ha fet mal a algú, qui és el responsable de les indemnitzacions? Val la pena plantejar-se aquestes qüestions”, va dir Kent.

En el rerefons d’aquestes preguntes hi ha el debat sobre els límits de les màquines. Els defensors de les informacions creades

## HI HA MITJANS RETICENTS A ADMETRE QUE ELS AUTORS D’ALGUNES DE LES SEVES INFORMACIONS SÓN ROBOTS PER NO PERDRE CREDIBILITAT

per robots són els primers que n’admeten les limitacions. Stanislas Motte, director executiu de Trooclick –aplicació que llegeix articles en diferents idiomes– va

reconèixer als assistents al congrés que “avui en dia, els robots poder fer l’anàlisi de les dades, si bé no poden detectar l’ambigüitat del llenguatge, la intuïció ni les omissions intencionades”.

A les limitacions apuntades per Kent i Motte cal sumar-ne una gens menyspreable. “La creativitat és encara patrimoni exclusiu dels humans”, afirma David

## EMPRESSES COM CILENIS INVESTIGUEN PROCESSOS LINGÜÍSTICS AUTOMATITZATS QUE PERMETRIEN DONAR ASPECTES EMOCIONALS ALS TEXTOS

Masip, professor dels Estudis d’Informàtica Multimèdia i Telecomunicacions de la UOC, on imparteix les assignatures d’Intel·ligència Artificial. Masip admet que aquesta disciplina “ha evolucionat enormement els darrers anys amb màquines que condueixen vehicles, ordinadors que són quasi impossibles de guanyar als escacs i telèfons mòbils que reconeixen el llenguatge natural amb força precisió, en canvi, el modelat de la creativitat és un problema que no està resolt”.

En aquest sentit, Francesc Bracero, periodista especialitzat en comunicació i tecnologia de *La Vanguardia*, assegura que

hi ha molts aspectes en què els robots mai no podran competir amb els periodistes. “Les experiències humanes fan que el periodista busqui les informacions i les presenti d’una manera creativa. Un robot mai no associarà conceptes ni crearà metàfores com una persona. El robot no serà sensible a de-

terminades qüestions que a les persones ens emocionen. Un dels aspectes del periodisme que més agrada a la gent són les històries humanes. Com les pot valorar un algoritme informàtic? Els robots tampoc no apliquen intuïció, astúcia, experiències viscudes ni moltes altres coses”, afirma.

Amb tot, no tothom té tan clar que les emocions siguin exclusives dels humans. Marc Vidal –analista econòmic especialitzat en Nova Economia, consultor d’innovació i mitjans

socials, fundador d’empreses tecnològiques d’èxit i membre del programa de Harvard i el MIT per l’estudi de noves fórmules de negoci i de comunicació tecnològica– redueix els límits dels robots a un problema de software. Entre les empreses amb què Vidal participa hi destaca Cilenis, una *spin-off*, creada el 2011, per investigadors de la Universitat de Santiago de Compostel·la que ofereix productes i solucions avançades en el processament del llenguatge natural i l’enginyeria lingüística. “Entre el que investiguen hi ha l’opció de donar aspectes emocionals als texts”, explica Vidal.

“Ja fa temps –prosegueix– era impossible que un software identificatiu semàntic fos capaç d’identificar el cinisme. Actualment, en canvi, sap detectar què és cinisme pur. I també estan treballant per identificar els sentiments i l’èmfasi. Només és qüestió de temps. És absolutament increïble el que alguns laboratoris estan fent en aquest sentit. Sembla pura ciència-ficció, però no ho és. Només és ciència”.

## AQUÍ, POC DEBAT

El periodisme automatitzat està molt avançat als Estats Units, on va néixer i on ha anat evolucionant, però la introducció al mercat europeu ha anat més lenta, tot i que alguns països ja comencen a introduir-lo en les redaccions. Entre la professió periodística catalana i espanyola, en canvi, tot just es comença a parlar sobre aquest fenomen. “A Espanya, hi ha poc debat perquè els serveis de redacció automàtica encara no estan implantats a moltes empreses, tot i que podrien ser útils per agilitzar tasques a les quals no val la pena que es dediqui una persona”, explica Francesc Bracero, periodista especialitzat en comunicació i tecnologia de *La Vanguardia*, que adverteix que “el problema pot ser que algun empresari pensi que pot substituir periodistes per robots. Si és així, tindrà informacions molt barates, però tan avorrides que el seu mitjà no tindrà futur perquè no interessarà el públic”.

Per a Vidal, ens trobem davant d'un fenomen que és “absolutament impareable”. “Tot i això —opina— les persones continuaran buscant els periodistes humans perquè sempre tindran un valor afegit, una innovació a aportar i una nova perspectiva. I és aquí on s'ha de reinventar la professió. Sincerament, crec que el periodisme encara no ha entès que no cal fer les coses com s'han fet fins ara. Tot ha canviat molt i de pressa. Els models de negoci vinculats al periodisme tradicional no poden seguir igual, tal com passa amb la música, el cinema, les agències de viatges, els taxis o qualsevol element de la cadena de valor que tingui intervenció disruptiva en termes digitals. Tot va a una velocitat que a priori espanta, encara que

**"AMB UNA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL POTENT, PROBABLEMENT EL PERIODISME NO SERIA EL CAMP AMB LA REVOLUCIÓ MÉS IMPORTANT"** David Masip, UOC

si ho mirem amb perspectiva veurem que el que va de pressa és el món, un canvi estratosfèric que hem tingut la sort de viure i que respon a una millora inapel·lable de la vida”.

## PERILLS O AVANTATGES

Potser per aquests canvis tecnològics tan ràpids, els periodistes observen amb un punt de preocupació —i més en plena crisi econòmica i del sector— uns robots que poden escriure notícies però que no necessiten vacances i no s'agafen mai una baixa. Uns temors que, segons els experts, són infundats. Al contrari, els robots haurien de ser un complement, un avantatge.

Segons Masip, “sens dubte, avui dia, les màquines són més una ajuda que una

competència en els camps creatius, en especial als periodistes. En un món tan globalitzat, tenir accés al que ha passat fa deu segons a l'altra punta del món o poder fer cerques d'informació a Internet de manera cada cop més intel·ligent i personalitzada permet als periodistes redactar notícies sense moure's de casa o de l'oficina.... Fem memòria de com era la professió fa un segle i preguntem al col·lectiu qui vol tornar enrere. I ni tan sols he mencionat les xarxes socials...”

Segons aquest expert, les pors sobre si les màquines algun dia poden treure mà d'obra qualificada “en absolut estan justificades”. “L'objectiu és molt llunyà i no és fàcil d'assolir. Si fos el cas, i algun dia tinguéssim una intel·ligència artificial tan potent, probablement el periodisme no seria el camp amb la revolució més important. Estic segur

que tota la humanitat tindria un problema social molt més gran. De tota manera, a poc a poc es van generant avenços que fan que les màquines facin feines fins ara reservades als humans. Això és sens dubte quelcom positiu. Es tracta de trobar el punt on aportar valor afegit com a persones i cedir amablement a les màquines les feines més feixugues”, afirma.

Bracero tampoc no veu cap amenaça per a la professió. “No ho hauria de ser perquè, en realitat no és periodisme. Es tracta de sistemes automatitzats de redacció a partir d'una sèrie de dades. Aquests algorismes robòtics no surten al carrer, no ‘oloren’ que darrere d'uns fets hi pot haver una notícia interessant, ni fan preguntes, ni truquen a diverses fonts per contrastar una informació. Això és periodisme”, afirma.



Més informació a:

[www.narrativescience.com](http://www.narrativescience.com) → Web de l'empresa Narrative Science

<http://cilenis.com/es> → Empresa de llenguatge tecnològic

+ info

Tot i això, no tothom pensa així. Anders Sandberg, investigador de l'Institut del Futur de la Humanitat d'Oxford, assegurava al juliol a *La Vanguardia* que el software que redacta notícies “substituirà els periodistes que només redacten ruti-

## "ELS ALGORITMES ROBÒTICS NO SURTEN AL CARRER NI TRUQUEN A DIVERSES FONTS PER CONTRASTAR UNA INFORMACIÓ" Francesc Bracero, *La Vanguardia*

nàriament”. Un canvi que va més enllà de les redaccions. “Un 50% de les professions desapareixeran en els propers 25 anys.

En general, si està còmode en la seva rutina laboral és perquè aviat la farà una màquina. Desapareixeran els oficis que es puguin reduir a un algoritme”, va predir.

### CANVIS EN LA PROFESSIÓ

El que és evident, diuen alguns experts, és que si les màquines fan les feines més mecàniques, els periodistes podran centrar-se en les tasques que aportin valor afegit. “Més automatisme permet, curiosament, més reflexió, més temps, més anàlisis”, apunta Vidal. “Quan el *big data* processa dades que un cervell humà no podria processar, ens dona un fons documental processat, molt més acurat. No obstant això, el periodisme no es pot quedar amb l'anècdota revolucionària. El nou periodisme no són les xarxes socials, sinó quelcom més profund i menys epidèrmic. És una feina que el periodisme ha de fer encara i que, possiblement, el periodisme robòtic ajudi a entendre la gran metamorfosi que s'apropa”, afegix.

Segons aquest analista, “els robots seran el que han de ser, una eina. El que veurem és que les eines, com en altres aspectes

de la vida, traspassaran una frontera que les farà indispensables i, probablement, acabaran sent companyes de feina. Innovar és una obligació, fins i tot sense robots. Els periodistes cal que reflexionin sobre la professió, el negoci, i tot plegat observar-ho com una gran oportunitat. Com a ciutadà necessito periodistes que siguin conseqüents amb el moment històric que aquest món està vivint. Els periodistes no poden ser només sensors ni redactors, per a això ja tindrem els robots”.

### UN FUTUR DIFERENT

I mentre aquest debat té lloc, els experts analitzen el present, amb les constants innovacions tecnològiques que se succeeixen, mentre que s'imaginen un futur amb molts canvis al qual es dirigeix la professió periodística.

Francesc Bracero va informar per a *La Vanguardia* sobre el debat originat al congrés de Barcelona amb un reportatge

## "EN EL FUTUR IMMEDIAT, QUALSEVOL DIARI TINDRÀ UNA PART IMPORTANT DELS REPORTATGES ESCRITS PER UN SOFTWARE" Marc Vidal, consultor tecnològic

(“Somien els robots ser periodistes?”) en què defensava que la informació elaborada per robots no podia competir amb la dels humans: “Les conclusions del debat al GEN Summit —escrivia— deixen clar que és possible que les màquines facin algunes tasques automàtiques que resulten massa rutinàries o lentes per encarregar-les a humans, però que és impossible que

reemplacin el ‘toc humà’. En resum, som molt lluny que un robot guanyi un premi Pulitzer”.

Marc Vidal recorda, en canvi, que tot i que les màquines no poden fer totes aquestes coses, sí que tindran un paper important en un futur no tan llunyà: “Crec que en el periodisme succeirà quelcom revolucionari que, com a la resta de camps, millorarà la professió o la farà tremendament diferent. Ens equivoquem si veiem el periodisme elaborat per robots com una amenaça. Qualsevol diari en el futur immediat tindrà una part important dels reportatges escrits per un software que serà capaç de fer-ho a la perfecció. De fet ja hi són a les redaccions de diaris de primera línia de Los Angeles o de Frankfurt”.

“És clar —prosegueix— que l'anàlisi no pot ser si és bo o dolent per a la professió o si és possible o impossible que uns algoritmes ‘intel·ligents’ estiguin disponibles per redactar sense errors. El primer ja és una pregunta que genera un pas enrere. Què hauríem d'haver fet quan van sortir els correctors o els traductors? Per què podem exigir que es reinventin els intèrprets i no pas els periodistes? I, pensar que no és possible que una màquina faci un text impecable, i fins i tot amb sentiment i opinió, és desconèixer el software actual d'escriptura intel·ligent. A poc a poc, van desapareixent els errors de les màquines i que una notícia tingui un èmfasi o un altre tan sols es qüestió del factor que apliquis a l'algoritme”.

El que dèiem al començament: el debat està ben obert. **Ç**

*Dossier*  
*Els joves i la informació*



# JOVES HIPERCONNECTATS

Els mòbils modifiquen el consum mediàtic  
de les noves generacions

Els estudis sobre les dietes mediàtiques dels joves ens mostren un escenari caracteritzat per la hiperconnexió, la informació social, la deslocalització i una major varietat en dispositius i modalitats d'accés a la informació. Les noves tecnologies -sobretot els mòbils- provoquen que la joventut actual adquireixi uns hàbits diferents de les generacions que els han precedit.



TEXT **ARIADNA FERNÁNDEZ-PLANELL** / **MÓNICA FIGUERAS-MAZ**  
FOTOS DOSSIER **SERGIO RUIZ**

La Joana té vint anys. Estudia Ciències Polítiques a la Universitat Pompeu Fabra. Com cada matí, a quarts de vuit, es desperta amb l'alarma del mòbil. Obre els ulls i l'apaga. Encara al llit, mira el WhatsApp. Ha rebut quinze missatges del grup que té amb les amigues per planificar les vacances d'estiu. Aprofita per mirar el correu electrònic i Facebook, tot abans d'aixecar-se del llit. Es dutxa escoltant RACI05 i es vesteix, es mira les sabates noves i els fa una foto. Esmorza davant la televisió amb *Els Matins* de TV3.

Entre glop i glop, la Joana mira la seva cronologia a Twitter i respon els nous whatsapps que han entrat mentrestant. El pare li pregunta a quina hora tornarà avui. La Joana no ho sap pas: "t'envio un whatsapp més tard, pare", li diu. Encara amb la darrera mossegada a la boca desapareix per la porta mirant el mòbil. Puja a l'ascensor sense aixecar la vista. Està carregant la foto de les seves sabates noves (amb filtres aplicats) a Instagram. "Maleit siga!". S'ha quedat sense cobertura. S'obre la porta i somriu. Foto penjada! Són dos quarts de nou.

En tan sols una hora, la Joana ha mirat el mòbil uns vint cops; ha rebut tres correus; ha pujat una foto a Instagram; li ha donat al botó de m'agrada de Facebook; ha mirat la cronologia de Twitter i ha clicat sobre l'enllaç d'una piulada per mirar l'últim vídeo viral a Youtube; ha begut un cafetó i menjat una torrada amb tomàquet; ha descobert un nou bloc per llegir;

## LA TECNOLOGIA I ELS SEUS USOS TENEN, PER ALS JOVES, UNA FUNCIÓ EXPRESSIVA I IDENTITÀRIA DE PRIMER ORDRE

ha creuat dues frases amb el pare; ha mirat la televisió i ha escoltat música a la ràdio, a més, s'ha mirat al mirall de l'ascensor. La rutina de la Joana no és un cas excepcional. És el dia a dia connectat de molts joves catalans.

La tecnologia i els seus usos tenen, per als joves, una funció expressiva i identitària de primer ordre. L'ordinador, el mòbil i Internet s'han convertit en elements tan naturals en la cultura juvenil que, de ve-

gades, el salt generacional és evident, fins i tot en nens que no han crescut envoltats d'aquestes tecnologies. En els últims anys, l'ús d'Internet i de la telefonia mòbil ha experimentat un creixement sense precedents. La joventut ha estat la més activa en el seu consum. Es comuniquen amb els amics -als quals veuran en cinc minuts- a través de missatges de WhatsApp, naveguen constantment per la Xarxa, fan amics als xats, s'informen a través dels mitjans socials i, de fet, són els que -fins i tot- poden canviar

l'ús pel qual van ser pensades algunes aplicacions. La permanent connexió, estar disponibles encara que sigui passivament, és el que els psicòlegs anomenen "por a perdre's alguna cosa".

Com afecta la incorporació de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a la vida diària dels joves? Quins suports escullen? Per a què els utilitzen? Aquestes són algunes de les preguntes que es fan des de les institucions, els anunci-

## LA NET GENERATION

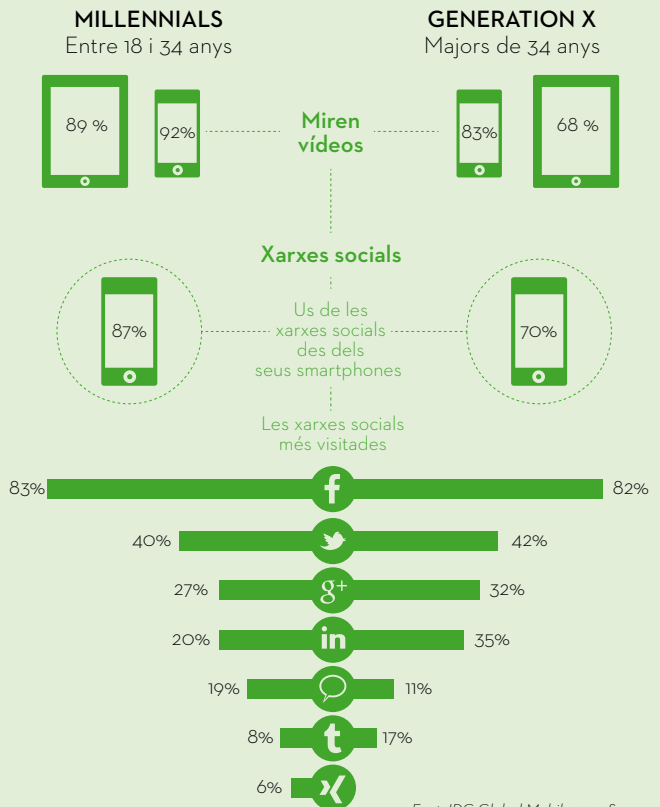
Amb l'arribada d'Internet, s'han estudiat intensament les generacions nascudes sota l'influx tecnològic. Nombrosos experts han proposat la seva pròpia classificació. Ara bé, si revisem les diferents definicions, trobarem molts punts en comú. Totes destaquen que es tracta d'una generació de joves que utilitza millor que els seus pares les noves

**ESTAN FASCINATS PER LES NOVES TECNOLOGIES, PODEN REALITZAR DIVERSES TASQUES ALHORA, SÓN AMANTS DE LA IMMEDIATESA I DE L'APRENENTATGE ACTIU**

tecnologies. Don Tapscott, en el famós llibre *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, generalitza el terme Generació Xarxa o *Net Generation* per referir-se als joves nascuts a partir

de 1985, els fills dels *baby boomers*. Aquesta generació utilitza els nous mitjans per a l'entreteniment, l'aprenentatge i, principalment, la comunicació. Són joves fascinats per les noves tecnologies, amb capacitat de realitzar diverses tasques alhora, amants de la immediatesa, de l'aprenentatge actiu i amb habilitats visuals. La *Net Generation* potencia la cultura de la col·laboració i del treball en grup, cosa que suposa un canvi en les formes de treballar i d'aprendre. No són aquests els trets característics de l'actual generació de joves? La definició de Tapscott podria generalitzar-se als joves d'avui dia. Evidentment, amb certes actualitzacions assenyalades per altres autors i tenint en compte l'aparició, per exemple, dels dispositius mòbils i de les xarxes socials.

## MILLENNIALS VERSUS GENERATION X



## UNA MIRADA A LES RUTINES MEDIÀTIQUES DELS JOVES FA PALESOS ALGUNS DELS CANVIS QUE ESTEM EXPERIMENTANT COM A SOCIETAT

ants o els mateixos educadors o agents de joventut. És necessari conèixer com cada nova generació de joves es relaciona amb les noves tecnologies i els nous mitjans. No tan sols per unes finalitats comercials o descriptives, sinó també perquè és necessari per als sistemes comunicatius actuals i per a la democràcia en general. Són ells els que marquen i dibuixen els usos futurs, l'avenir de la societat i els nous escenaris de consum de mitjans i d'informació.

Una mirada a les rutines mediàtiques dels joves fa palesos alguns dels canvis que estem experimentant com a societat. El primer tret característic és la presència constant i ubiqua de les tecnologies de la informació i la comunicació (especialment d'Internet i de la televisió) en, pràcticament, tots els àmbits de la vida social i personal; el segon és el caire social i col·laboratiu dels consums comunicatius i, finalment, la preeminència dels dispositius mòbils.

## DIETA MEDIÀTICA

La població jove fa un ús més intensiu d'Internet que la resta de la població. Així ho conclou l'últim Eurobaròmetre sobre l'ús de mitjans a la Unió Europea (2012). Fa només un any, a Catalunya, l'audiència jove de la televisió encara superava la d'Internet però, segons les dades del darrer informe del Baròmetre de la Comunicació (2014), actualment, l'audiència d'Internet ja supera la de televisió entre els 14 i els 34 anys.

## EL PES DE LES NOVES TECNOLOGIES

Gràfic amb les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura i l'EGM de 2012 i 2014 sobre l'audiència general de mitjans en base a enquestes fetes a ciutadans majors de 14 anys. La informació de la penetració de cada mitjà de comunicació creuades amb les variables sociodemogràfiques deixen clar el pes important tant d'Internet com de la telefonia mòbil entre les noves generacions.



Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura / EGM

## EL CONSUM SIMULTANI DE MITJANS O MULTITASKING

Mesurar el consum d'Internet entre els joves resulta una tasca complicada davant l'actual hiperconnexió i el consum simultani de mitjans, l'anomenat *multitasking*. Es tracta d'un fenomen generalitzat, especialment entre els joves, que suposa no dedicar-se a un mitjà en exclusivitat. El temps amb els mitjans és compartit i mai exclouent. La multiplicitat d'aplicacions i la flexibilitat d'ús de les TIC faciliten el desenvolupament d'aquesta capacitat multitasca. Les generacions pertanyents a la *Net Generation* han crescut sense diferenciar entre nous i vells mitjans. Conseqüentment, són més aptes per al treball multitasca que les generacions anteriors i experimenten el món de manera no lineal ni seqüencial, sinó que tenen una aproximació més global.

L'any 2010, l'informe *Media Meshing Report* de l'European Interactive Advertising Association (EIAA) sobre la combinació de mitjans va concloure que la comunicació a través d'Internet era l'activitat principal sempre que es produïa un consum mixt

de mitjans digitals i de televisió. Lluny de ser una activitat ocasional, el consum de mitjans digitals i televisió representa l'experiència estàndard de mirar la televisió per a un gran nombre d'europes. Actualment, la consolidació d'Internet a la llar i als dispositius mòbils, unit a l'auge del web social, ha transformat totalment les formes d'entreteniment i el concepte que fins ara es tenia del *multitasking*. Així, podem distingir dos tipus de multitasca relacionada amb els nous mitjans i tecnologies. Per una banda, el *multi-device* o multipantalla, entès com l'ús simultani de diversos mitjans i/o tecnologies (televisió, ràdio, telèfon, telèfons intel·ligents, tauletes, ordinador, etc.). Per l'altra, el *multi-window* o multifinestra, entès com l'ús simultani de diferents programaris o finestres en un mateix aparell tecnològic, ja sigui la televisió, l'ordinador, el telèfon mòbil o la tauleta. La multitasca, ha existit des de molt abans de l'aparició d'Internet, però Internet n'ha incrementat l'ús -tot i la dificultat de comptabilitzar-ho- i l'ha mutat.



Els més joves no tan sols tenen uns hàbits diferents, sinó que també estan acostumats a personalitzar la seva dieta mediàtica.

## LA TELEVISIÓ SOCIAL

La irrupció de noves tecnologies portàtils i del web social i la consolidació del *multitasking* es reflecteix en el fenomen de la segona pantalla: el consum simultani de televisió a la pantalla tradicional i d'Internet mitjançant un dispositiu mòbil. Es tracta d'un fenomen profundament arrelat entre la joventut. De fet, fins a un 67% de joves internautes (entre 18 i 24 anys) utilitzen un altre dispositiu

### LA IRUPCIÓ DE LES XARXES SOCIALS I ELS SISTEMES DE COMUNICACIÓ MÒBIL HAN MODIFICAT TOTALMENT LA FORMA DE MIRAR I CONSUMIR TELEVISIÓ

ment que la informació consultada estigui directament relacionada amb el que miren a la televisió. Mentre, a Europa, la consultora IAB Europe (2012) ha detectat que la navegació per Internet sol estar relacionada amb el programa de televisió que s'està mirant, especialment, si es tracta de programes d'entreteniment.

Als Estats Units, la consultora americana Nielsen ha preguntat als usuaris multitasca sobre aquesta qüestió. El que més fan els usuaris americans mentre miren la televisió és navegar en els seus dispositius a la recerca d'informació en general, no necessàriament relacionada amb el programa que estan mirant. Tot i que, segons aquesta mateixa consultora, els consumidors també utilitzen la segona pantalla per a activitats directament relacionades amb el contingut de la televisió, bé a la Xarxa en general, bé a les xarxes socials.

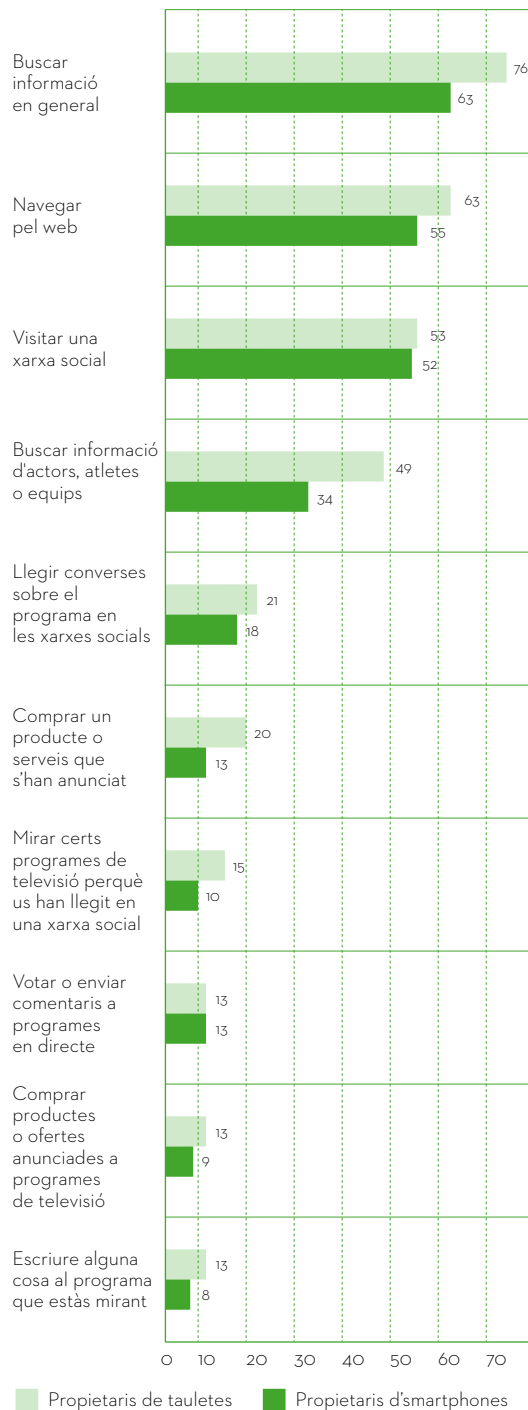
Queda clar que la irrupció de les xarxes socials, del sistema de *microblogging* Twitter, de les aplicacions i dels sistemes de comunicació mòbil ha modificat totalment la forma de mirar i consumir televisió. Aquestes noves formes han convertit la televisió convencional en la televisió social, que inclou un dispositiu independent de la televisió i que permet participar, opinar i interactuar en directe mentre es retransmet el programa televisiu. Fins i tot, el contingut aparegut en els mitjans socials pot portar a mirar un programa o una informació concreta a la televisió. Malgrat els esforços de la indústria, la participació a les xarxes socials no es produeix a través de les pantalles de la televisió connectada, sinó a través de dispositius complementaris. Com apunta el periodista i consultor Juan Varela, "navegar des d'una televisió connectada és un mal innecessari per a un usuari que té al seu abast ordinadors, tauletes i mòbils". Els terminals mòbils s'han convertit en eines fonamentals per obtenir i difondre informació, i també per interactuar i socialitzar. De moment, la "guerra" de les pantalles sembla haver donat pas a la "sinergia" entre pantalles.

(ordinador, telèfon intel·ligent o tauleta) de manera habitual quan veuen la televisió, segons l'estudi de la consultora The Cocktail Analysis (2012).

Aquest nou fenomen s'ha convertit en una tendència mundial.

Però això no implica necessària-

## QUÈ FEM AMB LA TAULETA O L'SMARTPHONE MENTRE MIREM LA TELEVISIÓ



Font: IDG Global Mobile 2014 Survey

El ritme accelerat de les innovacions tecnològiques i la seva apropiació per part de les persones joves fa que els canvis en les rutines mediàtiques siguin constants. Avui en dia, les dades no deixen lloc a dubtes: la televisió i Internet protagonitzen el dia a dia dels joves. La televisió els permet desconnectar de la “hipercomunicació” o de l’excés d’estímul. I, en contraposició,

la presència en les seves vides. Molt per darrere, apareixen altres mitjans com la ràdio, les revistes, els diaris o les publicacions de proximitat.

### L'ACTUALITAT "SOCIAL"

Més d'un 60% dels espanyols navega per Internet per llegir o descarregar notícies, periòdics o revistes digitals, per buscar informació sobre temes de salut o educació, a més de cercar-hi formació i cursos, segons l'informe *La*

*Societat de la Informació a Espanya 2012* (Fundació Telefónica). Paral·lelament, s'ha produït un boom de les xarxes socials entre les principals activitats que es desen-

volupen a Internet. En el cas dels joves, a l'estat espanyol, més d'un 90% tenen una presència activa a les xarxes socials.

De fet, entre els 15 i els 24 anys, és quan es realitza un ús més habitual d'aquestes xarxes. En el cas dels adolescents (14 a 17 anys), un estudi recent de la consultora IAB Spain detecta que la penetració de les xarxes socials és encara més gran que entre la resta de joves. Sols un 7% afirma no ser usuari de cap d'aquestes xarxes. Facebook és la més emprada, seguidament de Tuenti (fins al 2011 aquesta era la xarxa social més utilitzada a Espanya entre els joves de 14 a 28 anys, tot i que a Catalunya tenia un ús molt més limitat. Actualment, és una fusió de xarxa social, operadora mòbil i proveïdor de telèfons intel·ligents), Youtube i Twitter.

## L'AUDIÈNCIA D'INTERNET JA SUPERA LA DE TELEVISIÓ EN ELS JOVES QUE TENEN ENTRE 14 I 34 ANYS

Internet suposa la constant connexió amb el món que els interessa. La Xarxa els permet entretenir-se i socialitzar al mateix temps. No obstant això, la televisió manté

### COM ELS ANOMENEM?

En els darrers quinze anys, estudiosos de tot el món han definit de diferents maneres les actuals generacions de nadius digitals.

1998	2000	2001	2003	2006
Don Tapscott	Neil Howe i William Strauss	Marc Prensky	Diane Oblinger	Amy J. Barton i Diane J. Skiba
Net Generation	Millenials	Nadius digitals vs Immigrants digitals	Generació Mil·lenni	Net Generation
2008	2009	2011	2000 / 2012	2013
Imma Tubella, Carlos Tabernero i Vincent Dwyer	Doug Macnamara	David White	Carles Feixa	Carles Feixa
Generació Internet	Echo Gen Y	Residents digitals vs visitants digitals	Generació @	Generació #





El consum de premsa escrita entre els joves no té un paper rellevant ja que bona part de les notícies els arriben a través de les xarxes socials.

Molts obren comptes sense tenir l'edat legal per fer-ho. És més, l'edat d'iniciació a les xarxes socials se situa al voltant dels 12 anys, moment en què la relació amb els iguals agafa especial importància. Els joves creen maneres per subvertir les barreres institucionals, socials i tècniques del consum mediàtic i tecnològic, i formen d'aquesta manera una cultura popular juvenil diferenciada de l'adult. De fet, com que molts pares i mares s'han incorporat a Facebook, els joves han començat a emprar altres xarxes que combinen funcions més enllà de la missatgeria i que no deixen petjada digital.

Davant aquesta nova realitat social, les empreses comunicatives estan especialment

interessades a copsar les noves dietes mediàtiques que adopten els joves. A mitjan juny de l'any passat, es va publicar l'últim informe –i no és l'únic– que abordava l'estudi sobre el públic de les notícies a

## LA TELEVISIÓ ELS DISCONNECTA DE L'EXCÉS D'ESTÍMULS, MENTRE QUE INTERNET ELS ENTRETÉ I ELS SOCIALITZA

Internet. L'anàlisi estava elaborat pel Center for Internet Studies and Digital Life de la Universitat de Navarra i es basava en l'enquesta del Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universitat d'Oxford que aprofundeix en les diferents

característiques de l'audiència de l'estat espanyol.

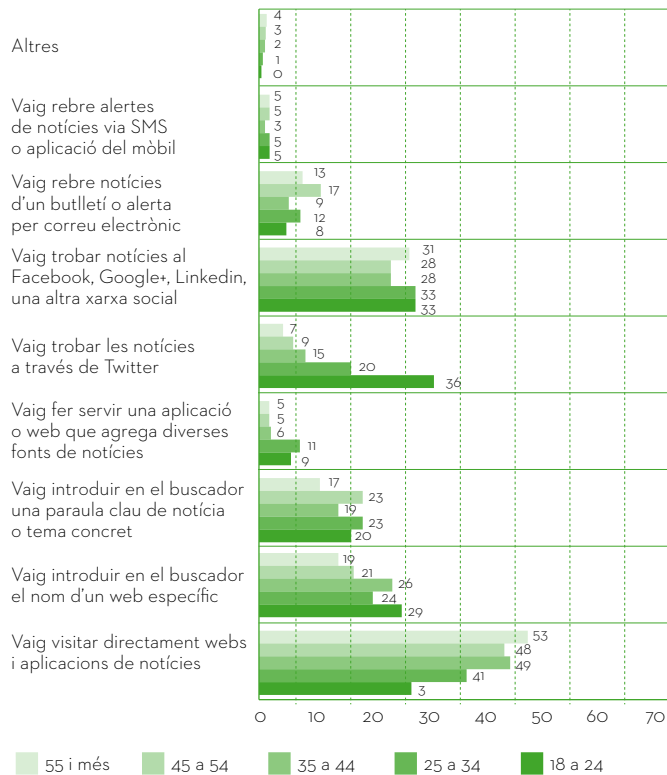
Les conclusions d'aquesta anàlisi coincideixen amb les tendències internacionals:

entre els usuaris joves que s'informen a Internet –d'entre 18 i 24 anys–, les xarxes socials (62%) estan a punt de desbancar la televisió (65%)

com a principal font informativa. Tot i que Facebook és la xarxa social més utilitzada entre la joventut, el lideratge de Twitter per informar-se ja és un fet: fins a un 36% descobreixen les notícies a través d'aquesta popular plataforma. I un altre

## COM ARRIBEN LES NOTÍCIES

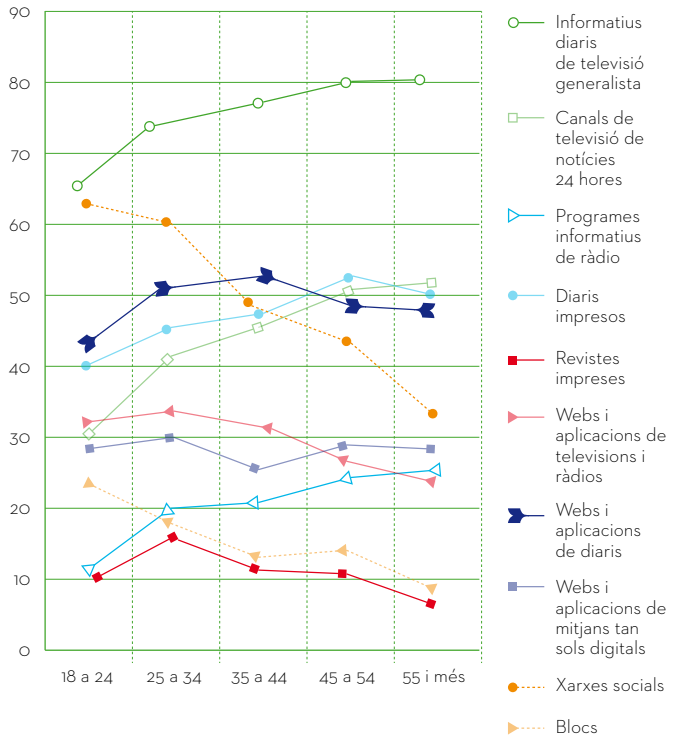
Els webs i aplicacions de notícies són la principal manera de conèixer notícies en línia, però les xarxes socials també són un factor clau en aquest sentit.



Font: Estudi: Reuters Institute Digital News Report 2014: España. Realitzat pel Center for Internet Studies and Digital Life de la Universitat de Navarra.

## MÉS XARXES, MENYS TELEVISIÓ

Al preguntar les fonts de notícies utilitzades, s'observa una diferència entre els més joves i els més grans. Els primers utilitzen menys la televisió i més les xarxes socials, mentre que els segons aposten sobretot per la televisió i utilitzen poc les xarxes.



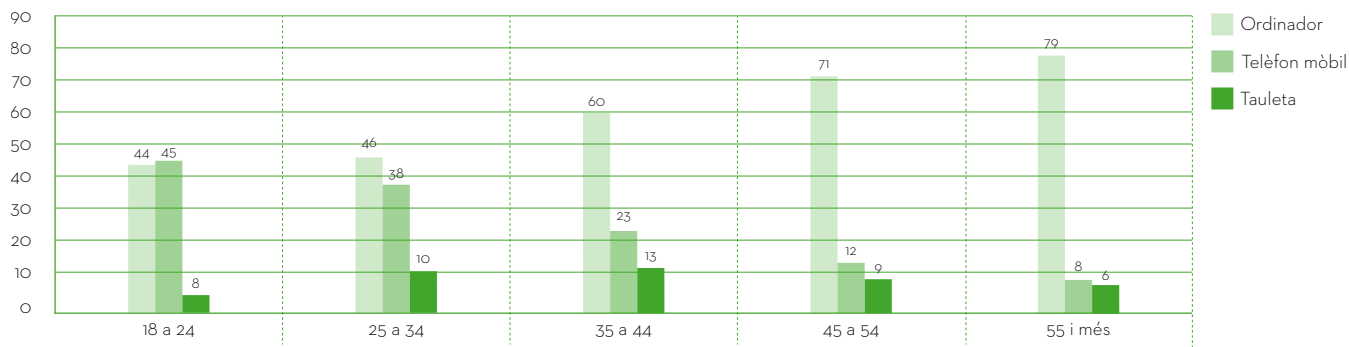
## PERFILS

Les autores d'aquest article són professionals contrastades en la matèria. Mònica Figueras-Maz és doctora en Periodisme i llicenciada en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Des de 1998, és professora del Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), on ha impartit assignatures com Ètica Periodística, Psicosociologia del Consum o Metodologia de la Investigació. És la coordinadora a la UPF, des de l'inici, del Màster Oficial Interuniversitari en Joventut i Societat, i del postgrau en Periodisme i Comunicació de Moda.

D'altra banda, Ariadna Fernández Planells és llicenciada en Periodisme per la Universitat Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona. Ha treballat a TVE en l'àrea d'Interactius del programa per a joves de la 2 En Construcción. Actualment, combina la docència a la UPF amb la recerca. És professora de Periodisme Audiovisual i de Periodisme a Internet, a més de participar en màsters i postgraus, com el Màster Interuniversitari en Joventut i Societat i el Màster en Periodisme, Reporteisme i Nous Mitjans (IDEC).

## ELS JOVES PREFEREIXEN EL MÒBIL

A l'hora de conèixer quin és el dispositiu principal utilitzat per accedir a les notícies a Internet, s'observa com entre els joves el telèfon mòbil té més pes que l'ordinador, mentre que en la resta de franges d'edat, sobretot entre els més grans, els ordinadors tenen un paper preponderant, a molta distància dels telèfons i de les tauletes.



Font: Estudi: Reuters Institute Digital News Report 2014: España. Realitzat pel Center for Internet Studies and Digital Life de la Universitat de Navarra.

33% a través d'altres xarxes socials com Facebook o Google+.

Per contra, només un 33% dels joves visita directament el lloc web i les aplicacions dels mitjans per buscar informació. És a dir, que el gruix d'entrades a les notícies es produeix a través de les xarxes socials i no de les pàgines principals dels mitjans presents a la Xarxa. Segons aquest mateix estudi, les quatre plataformes socials més utilitzades per seguir l'actualitat informa-

mitjans ambulants que absorbeixen i distribueixen continguts a través dels telèfons i de la Xarxa.

### DESLOCALITZACIÓ DE LA LECTURA

Els telèfons mòbils intel·ligents estan constantment a les mans dels joves com una extensió de l'extremitat superior. No és estrany creuar-te amb ells a l'ascensor, al semàfor, en una classe a la universitat o al metro mirant fixament la pantalla del mòbil, sense aixecar la mirada.

Això és traduït en el fet que els telèfons s'han convertit en el principal suport

plataforma que permet mirar, compartir i comentar notícies.

Els públics de la informació a Internet són cada vegada més amplis i heterogenis. Aquest fenomen és, en part, a causa de la gran varietat de dispositius i modalitats d'accés, dels diferents formats de consum i de les múltiples possibilitats de participació. En el cas del públic més jove, l'accés a la informació es caracteritza per la hiperconnexió constant, pel consum d'informació a través dels mitjans socials i per la deslocalització d'accés a la informació gràcies als dispositius mòbils. Ç

## LA TENDÈNCIA INTERNACIONAL ÉS QUE LES XARXES SOCIALS DESBANCARAN LA TELEVISIÓ COM A PRINCIPAL FONT INFORMATIVA DELS JOVES

tiva a Espanya són Facebook, WhatsApp, Twitter i YouTube. Lligat a aquesta darrera, molts joves s'han convertit en autèntics prescriptors de temes concrets, des de la moda fins a l'activisme social a través de YouTube i dels videoblocs. Segons l'enquesta IDG Global Mobile 2014 Survey, un 89% del jovent consumeix vídeo a través dels mòbils. I es converteixen, així, en

per seguir l'actualitat entre els joves de 18 a 24 anys, per davant de l'ordinador. També accedeixen a les xarxes socials, principalment, amb el mòbil. La tendència es manté a la majoria de països desenvolupats, però l'estat espanyol té un peculiaritat: l'ús informatiu del WhatsApp. És el territori on més s'utilitza aquest servei de missatgeria instantània com a

*Dossier*  
*Els joves i la informació*



# I DEMÀ, QUÈ?

Alguns mitjans de comunicació  
treballen per crear nous lectors  
i espectadors

Les xifres amoïnen, les audiències desapareixen, els ingressos per publicitat minven i els nous models de negoci no acaben de néixer. L'escenari actual és tan complicat que sovint el present no ens permet aturar-nos a pensar que hi ha una generació de futurs lectors i espectadors que caldrà incorporar al consum habitual dels *media*. Però ja s'està fent així.



TEXT MAR CALPENA

Diversos indicadors han apuntat, els darrers anys, que la caiguda de lectors en premsa es produïa sobretot al no renovar-se l'audiència que s'incorporava a la lectura. Quelcom semblant succeïa amb la televisió i, en menor mesura, amb la ràdio, el mitjà que més estoicament enfilava les envestides del canvi. Ja l'any 2009, abans de l'arribada del fenomen de les *apps* –en l'actualitat, la major part del trànsit de diaris, als Estats Units, arriba a través d'enllaços agregats via Facebook, Twitter o altres xarxes– assenyalava l'estudi dels professors Aranda, Tabernero i Sánchez-Navarro, de la UOC, que un 81,8% dels adolescents afirmaven que Internet els permet conèixer què passa al món.

Aquesta bona valoració per part dels menors d'edat contrasta, en aparença, amb els consums. “La tecnologia ha marcat definitivament els hàbits a l'hora de mirar la televisió”, comenta Laia Servera, editora i directora de l'*Infok*, el veterà informatiu de TV3 dedicat a la mainada. “Allà –prosegueix– on abans érem part de la graella, i on els adults seguim mantenint hàbits com mirar un informatiu a l'hora de sopar, els infants són els amos del seu consum mediàtic, i miren el que volen i quan volen. Això complica la introducció de temes noticiosos en la seva rutina”.

Partint de la mateixa premissa, Mireia Rigol, directora comercial del grup Flaixbac, arriba a una conclusió totalment oposada: “Des de la perspectiva de les audiències, aquest canvi en els consums a nosaltres ens ha afavorit. Hem hagut de fer-nos més a la idea que mai que la programació no té l'atenció total dels oients i hem hagut de segmentar millor, i d'estudiar amb més precisió què feien les nostres audiències. En aquest sentit, ens funciona molt bé tot

allò que suposa fomentar la participació”. És del mateix parer Josep Lluís Silva, director i impulsor de Diari Win, un portal de notícies dedicat als menors de catorze anys. “Cada cop que fem alguna cosa perquè els usuaris hi puguin participar, sigui enviant-nos temes o prenen part en concursos, tenim molt bona resposta. Els nens

## "LA TECNOLOGIA HA MARCAT DEFINITIVAMENT ELS HÀBITS A L'HORA DE MIRAR LA TELEVISIÓ"

Laia Servera, *Infok*

no volen tenir un actitud passiva, sinó ser al centre de la informació”, afirma.

### ESTEM FENT TARD?

La participació de la informació per part dels infants és un dels aspectes clau en els mitjans que aposten per les audiències joves. “La convenció dels drets dels infants recull no només el de ser informats, sinó també el d'expressar-se i de ser subjectes de la informació. Així com tenim tots bastant assumit que els hem de protegir davant de determinats continguts, limitant-los per exemple l'accés a imatges que els puguin ferir la sensibilitat, per

## "ELS NENS NO VOLEN TENIR UN ACTITUD PASSIVA, SINÓ SER AL CENTRE DE LA INFORMACIÓ"

Josep Lluís Silva, *Diari Win*

comoditat o per desconeixement no hem avançat encara prou en l'altra vessant, la de fer-los subjectes de la informació. De vegades, es veuen notícies que els afecten

directament, en les quals es pregunta l'opinió a tothom –especialistes, pedagogs, pares, mestres– excepte a ells”, explica Servera. Rigol, al seu torn, comenta que ells tenen clar “que tot, des d'informatius, programes, i fins i tot publicitat, han de tenir ben present que ens escolta gent jove.

Refusem sovint anunciant que ens poden causar complicacions en adreçar-nos en aquesta franja. Però l'errada seria pensar que pel fet de tractar-se de joves hem d'abaixar-ne el nivell

o simplificar-ne el llenguatge. Aquí, per tradició, treballa molta gent que prové de la ràdio pública, i potser per això sempre volem que el model sigui també de servei i qualitat”.

En aquest sentit, Silva ho il·lustra amb la seva experiència personal: “Jo venia del món de la premsa econòmica, que he vist anar davallant, condicionada pels dictats dels anunciant, que feien que els lectors se sentissin cada cop menys propers al que escrivíem. Per això intentem posar el lector al centre dels temes que tractem. Quan vam començar, vam fer allò que els mitjans no solen fer: preguntar als lectors què volien llegir. Vam fer una enquesta

en diverses escoles per saber els temes que interessaven els nanos, que són els que configuren les nostres seccions. Vam afegir també una secció

Actualitat, en la qual ens dediquem a un àmbit geogràfic cada dia de la setmana. Els nens volen sentir-se protagonistes de l'actualitat”.



Una nena mirant l'InfoK, el programa de Televisió de Catalunya que explica l'actualitat als més petits, un format que fa dècades que existeix en altres països.

## CREAR ESCOLA

L'escola és, precisament, un dels factors que més pesen en l'estratègia de molts d'aquests mitjans, i el reconeixement del seu pes no és nou. L'any 2002, l'*Anuari de Gent Jove i Globalització dels Media*, editat per la UNESCO, ja assenyalava que cal que les escoles "reconeixin la responsabilitat que tenen d'incloure la cultura de mitjans en els currículums a tots els nivells. L'èxit en aquest aspecte dependrà, no obstant això, de la formulació per part de les organitzacions regionals i internacionals de les bases d'un marc més complet i unificat que abasti l'educació dels mitjans i de la informació, així com la regulació, coregulació i autoregulació". Però la integració dels continguts noticiosos al currículum és encara escadussera

i depèn en gran part de com la vulgui o pugui treballar cada centre. "Nosaltres hi creiem molt", comenta Servera. "La idea —prosegueix— no és tan sols fomentar

## FINS FA POC, L'EGM NO REFLECTIA ELS OIENTS INFANTILS I EL MESURAMENT DE LES ESCOLTES PER INTERNET ÉS PROBLEMÀTICA

noves audiències, sinó crear ciutadans informats. Sabem que hi ha escoles que comenten els continguts de l'*InfoK* cada dia, i cada setmana, els divendres, anem a visitar un centre. Respecte al tractament informatiu, tenim paràmetres clars i didàctics. Per exemple, no podem, explicar tot allò que passa en un conflicte armat,

però sí que el cobrim quan hi ha un punt d'inflexió. No podem donar res per sabut: en un especial sobre Israel i Palestina vam tirar enrere fins a temps bíblics per contextualitzar."

L'escola i l'educació són també dos dels ítems que centren l'interès dels mitjans destinats als joves.

"Els nostres espectadors passen un terç de la vida a l'escola. El calendari, les retallades, les mobilitzacions... tot hi és molt present, molt més, sovint, que en la vida dels adults". Rigol pensa el mateix. "Hem endegat activitats d'estiu, com un campament, perquè entenem que la ràdio no acaba a la ràdio, ni en programació ni comercialment. I

## L'EXPERIÈNCIA, A L'ESTRANGER

La inspiració directa darrere la idea de l'*Infok* prové de dos programes com són *Newsround*, emès a la BBC des de 1972, i *Jeugdjournaal*, de la cadena NOS holandesa, que s'emet des de 1981. A Gran Bretanya, un dels grans èxits dels darrers anys ha estat *First News*, un diari adreçat a nens de 7 a 14 anys, creat pel magnat Piers Morgan, que en un parell d'anys ha arribat a vendre més d'un milió d'exemplars setmanals, i que compta amb signatures com les de Jamie Oliver a la secció de Gastronomia o de David Beckham a la d'Esports.

*First News* pren l'exemple de diversos diaris francesos creats als anys vuitanta, com *Le petit quotidien* i *Mon quotidien* (del mateix grup, però adreçats a diferents franges d'edat; <http://www.lepetitquotidien.fr> i <http://www.monquotidien.fr>) o *Le journal des enfants* (<http://www.jde.fr>). No és un fenomen reservat al primer món, ja que els guardons World Young Reader's Awards, que premien l'excel·lència en el periodisme per a joves, solen estar copats, d'una banda, pels països asiàtics i llatinoamericans, que, degut a l'embranzida demogràfica dels lectors joves, han sabut detectar-ne el potencial. L'any passat, el país guanyador va ser l'Índia— o pels països escandinaus, on hi ha molt present el caràcter formador de la premsa. Lluny d'iniciatives amb aquesta experiència, a casa nostra van apareixent noves pràctiques. Així, Catalunya Ràdio ha engegat *Clicka't*, un programa emès per Internet, adreçat a infants de 8 a 12 anys, que també compta amb un portal específic amb recursos per a educadors i pares.

Més informació a:

[www.super3.cat/infok](http://www.super3.cat/infok) → Informatiu infantil i juvenil del Super3

[www.diarwin.cat](http://www.diarwin.cat) → Diari digital per a nens i preadolescents

[www.bbc.co.uk/newsround](http://www.bbc.co.uk/newsround) → Web del programa *Newsround* (BBC)

<http://jeugdjournaal.nl> → Web d'*Jeugdjournaal* (NOS)

[www.firstnews.co.uk](http://www.firstnews.co.uk) → Web del diari britànic infantil i juvenil *First News*

[www.catradio.cat/clickat](http://www.catradio.cat/clickat) → Programa *Clicka't* de Catalunya Ràdio

[www.lepetitquotidien.fr](http://www.lepetitquotidien.fr) → Diari infantil i juvenil *Le petit quotidien*

[www.monquotidien.fr](http://www.monquotidien.fr) → Diari infantil i juvenil *Mon quotidien*

<http://www.jde.fr> → Diari infantil i juvenil *Le journal des enfants*

+ info

sabem que, precisament perquè sovint ens adreçem a un públic jove, també hi ha molts pares que ens segueixen. I per això ens cal no oblidar-los”, afirma.

## OMBRES DEL MODEL

Malgrat això, tots els entrevistats es mostren convençuts de la bondat —i, en darrer terme, de la rendibilitat— del model i també comenten amb incertesa el seu encaix

lectors, i no sabem si això és redreçarà”, adverteix Silva.

L'audiència de Diari Win arriba, en la franja alta, als catorze anys, tal com ho fa la de l'*Infok*. “Ens hem de preguntar —afirma Servera— què passa després. Ara mateix perdem una franja preciosa en l'adolescència, que queda desatesa”. “Per a nosaltres —comenta Rigol— el problema no és tant perdre la franja jove, en la qualsomforts, tant com quantificar-la. Fins fa poc,

l'EGM no reflectia els oients infantils i el mesurament de les escoltes per Internet és problemàtica. I, a més, la nostra audiència útil (*target*)

## A FRANÇA, L'ÀSIA, L'AMÈRICA LLATINA I ELS PAÏSOS ESCANDINAVS TENEN UNA DILATADA EXPERIÈNCIA EN PREMSA DIRIGIDA A INFANTS I JOVES

en el panorama comunicatiu. “Cap a l'any 2000, la majoria de mitjans de comunicació que tenien suplementos infantils els van anar tancant, per centrar-se cap al digital. Avui en dia, en premsa, la major part dels diaris dedica poca atenció als futurs

no és exclusivament jove, cosa que ho complica encara més”.

“Ai, les audiències! —riu Servera. Tenim detectat que a nosaltres, quan fa bon temps, ens baixen. Els nens surten al carrer i no miren la televisió. És així de simple, hi

ha una correlació directa”. La directora de l'*Infok* explica que la informació infantil està sotmesa a tant o més escrutini per part dels poders polítics que la d'adults. “La solució és tenir claríssims els criteris d'allò que és noticiós i d'allò que no ho és, i explicar-los bé. Com amb les notícies”. I aquesta estratègia dóna una major audiència? “Anem amb retard respecte a la Gran Bretanya o els Països Baixos, que estan fent informatius infantils i juvenils des de fa quaranta anys”, respon Servera. “Els pares dels nens d'aquests llocs —afegeix— han crescut habituats a informar-se, i han interioritzat que és bo que els seus fills facin el mateix. Aquí, vam començar l'any 2001 i, per tant, queden uns deus anys perquè els fills dels nostres primers espectadors comencin a veure'ns. Això sí, ja tenim becaris que ens expliquen que han volgut dedicar-se al periodisme perquè de petits ens miraven cada dia. I, francament, m'emocio cada cop que succeeix”. ☐

*Dossier*  
*Els joves i la informació*



# ADOLESCENTS VERSUS INFORMACIÓ

Joves catalans expliquen els seus hàbits mediàtics

Com s'informen els adolescents? Hi ha, tal com s'apunta sovint, un canvi de paradigma a l'hora d'estar informats de l'actualitat? Alguns d'ells ens expliquen com gestionen el seguiment de les notícies amb els mitjans tradicionals i, sobretot, gràcies a les oportunitats que els ofereixen les noves tecnologies.

No tots tenen els mateixos hàbits, però queda clar que hi ha moltes coses que estan canviant.



TEXT **LAURA SAULA**



Cada matí, mentre menja la seva ració de llet amb cereals, la Inés Torres agafa *La Vanguardia* en paper que han comprat a casa i va directe a la secció d'esports. Gran aficionada al futbol i amb vocació d'arquitecta, la Inés, una barcelonina de quinze anys, no acostuma a interessar-se per altres seccions del diari, a no ser que hi hagi notícies sobre "noves construccions arquitectòniques o d'enginyeria". El que sí que té clar a l'hora d'informar-se, però, és que prefereix llegir sobre paper que no pas en format digital. Igual que la Inés, la Maria Navarro, sabadellenca de

## "NO TÉ CAP SENTIT FER COM ELS PARES I ESPERAR A SABER LES NOTÍCIES L'ENDEMÀ A TRAVÉS DEL DIARI" Òscar Tañá

quinze anys, també acostuma a imitar el pare a l'hora d'informar-se de l'actualitat a través del paper. "Tot i que l'edició és de mala qualitat i costa de llegir, el diari és el millor mitjà per saber les novetats i les notícies", afirma.

Un costum que contrasta amb la d'altres joves com Òscar Tañá, barceloní de setze anys, que només s'informa a través de la tauleta i on, des de les xarxes socials,

rep notificacions constants dels diferents mitjans de comunicació als quals està subscrit. "No té cap sentit fer com els pares i esperar a saber les notícies l'endemà a través del diari, quan ho pots saber tot al moment per mitjans digitals. A més, és molt més còmode", comenta aquest aspirant a economista.

Per a Joan Espuñes, un adolescent de Balaguer de la mateixa edat, "si no t'informes en directe ja no és notícia. Si de veritat és una notícia important, anirà passant de boca en boca sense la necessitat d'una ràdio o televisió i te n'assabentaràs molt abans que comenci el proper noticiari". "Això sí —afegeix— sempre seran millors les notícies publicades en un diari de paper, ja que el contingut serà més extens i treballat que en el format digital".

## HÀBITS AUDIOVISUALS

Que els joves imiten els pares en els costums a l'hora d'informar-se és clar, però, queda molt més patent en l'àmbit televisiu. Sense anar més lluny, l'Òscar, qui no comparteix els hàbits de llegir diaris

de paper com els pares, sí que mira amb ells els informatius de televisió, així com programes com *8 al dia*, de 8TV.

Pel que fa a documentals, tot i que en general es mostren poc disposats a mirar-los, sí que hi ha excepcions com Enric Sansalvador, de setze anys i resident a Sarrià de Ter, a qui agrada mirar reportatges sobre ciència, en especial sobre l'espai o les nanopartícules "encara que aquests a les televisions catalanes no abunden". També la Laia Rigat, de Cartellà (Girona), es mostra interessada en documentals que ofereixen programes com *30 minuts* o *Què, qui, com*.

Ara bé, la realitat, segons explica Mònica Nieto, gironina de disset anys, és que "la majoria preferim mirar alguna sèrie de televisió o programes d'entreteniment abans que escoltar les notícies, que ens semblen molt llunyanes, a nosaltres". "En tot cas —aclareix l'Àngela S. Lloveras, una noia de setze anys procedent de Matadepera— "si ha passat alguna cosa que ens interessa, ens la baixem per Internet". El que sí que es reflecteix de la conversa amb aquests adolescents és que el gran mitjà de comunicació oblidat a l'hora d'obtenir informació és la ràdio. La majoria d'ells reconeixen, com en el cas de la Laia Rigat,



## PARÀMETRES TRENCADORS

La majoria d'instituts intenten potenciar debats a classe, cine-fòrums, xerrades i conferències per incentivar els alumnes a tenir més interès per l'actualitat. Un exemple és "La premsa a les escoles", un programa impulsat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Obra Social "la Caixa", que ja ha presentat cinc edicions i que es dedica a potenciar entre els més joves un consum crític i responsable dels mitjans de comunicació, els valors i la feina de l'ofici del periodista, a més dels serveis socials i democràtics que aporten.

Xavier Vilà va ser un dels periodistes que van participar en l'edició d'enguany. De la seva experiència en destaca com els adolescents "són fills de la generació digital i els seus paràmetres sobre com obtenir informació, com difondre-la i sobre la funció dels mitjans és trencadora". Aquest periodista creu que els adolescents amb els quals va tractar estaven força ben informats, sobretot si es compara amb molts adults, ja que "són una generació que, tot i que ja estan més hores connectats al PC o al mòbil que no pas llegint diaris, mirant televisió o escoltant la ràdio, sí que consumeixen i comparteixen molta informació del seu àmbit d'interès". "Potser -prosegueix- consulten pocs mitjans de comunicació convencionals, però sí que consulten edicions en línia de diaris i també mitjans alternatius més adequats a la seva edat". Un clar exemple de portal especialitzat en joves és *Adolescents.cat*, que forma part del grup Nació Digital. Cofundat, el 2010, per Ernest Codina i Roger Carandell, aquest portal compta amb 300.000 usuaris únics al mes, més de quaranta vuit mil fans a *Facebook* i el seu perfil mitjà és el d'una noia de quinze anys. Les seves notícies són més aviat sobre novetats en el món juvenil, articles sobre psicologia i problemes propis de l'edat, així com notícies curioses i vídeos virals. "Els adolescents no tenen mai prou i necessiten una renovació constant de les notícies, la imatge i el disseny del portal", explica Codina, un dels cofundadors.



## NADIUS I IMMIGRANTS

El 2001, l'autor nord-americà Marc Prensky va definir, per primera vegada, els conceptes de nadius digitals i immigrants digitals. Els nadius digitals estarien dins del grup de persones que van néixer a partir dels anys 80 fins avui dia, i els immigrants digitals l'integren tots els qui van néixer abans, en una era purament analògica. Així doncs, segons l'autor del llibre *Immigrants digitals*, el canvi generacional vindria definit per la cultura tecnològica amb la qual han crescut. Mentre que els nadius digitals, la majoria dels quals actualment són adolescents, es mouen amb gran rapidesa amb la informació, són multitasca i accedeixen als continguts de manera hipertextual i aleatòria; els immigrants digitals han d'aprendre a utilitzar les noves tecnologies com si es tractés d'un nou idioma, els costa fer diverses coses alhora, no valoren el poder dels videojocs i les xarxes socials, i acostumen a tenir problemes a l'hora de treure partit a les múltiples funcionalitats que ofereixen els ordinadors.

només l'escolten "al cotxe quan anem amb els pares".

## PREOCUPATS PER L'ACTUALITAT?

La resposta de tots ells a l'hora de preguntar-los si estan preocupats per l'actualitat és que no. Malgrat que hi ha excepcions,

## "CONEC MOLTS ADOLESCENTS QUE MAI NO HAN VIST UN NOTICIARI"

Joan Espuñes

adolescents que s'informen de l'actualitat, admeten que no és allò habitual. "En conec molts que no han vist mai un

noticiari", explica Joan Espuñes. "Si passa algun fet molt destacat, com la mort de Nelson Mandela, sí que estem al cas, però del dia a dia no", aclareix Òscar Tañá.

"Estem mal informats, no tenim ni idea del que passa al món i el que sabem ens ho expliquen els pares", confessa l'Àngela S. Lloveras. Així, la Laia Rigat ho sintetitza

admetent que, en general, "estem molt ben informats sobre esport i premsa rosa, si bé no ens interessen altres temes com la política". "De

fet -remarca Joan Espuñes-, m'interessa qualsevol notícia que no estigui relacionada amb la política". Potser per tot això



Òscar Tañá amb la seva tauleta, amb la qual segueix habitualment la informació. Les noves tecnologies han canviat els hàbits, sobretot dels més joves.

Enric Sansalvador creu que “si es tingués el mateix interès per les notícies de caire general que per les esportives, la cultura del nostre país no seria la que és”.

## LA IMATGE DELS PERIODISTES

Tot i que es percep certa admiració per les figures mediàtiques, també hi ha una forta crítica sobre la credibilitat i l'enfocament de les notícies. “Tinc dues imatges molt diferents dels periodistes”, explica Espuñes. “La primera és que són unes persones que s'interessen perquè tothom pugui gaudir de la informació i de la veritat, i la segona és la dels 'periodistes' que apareixen cada tarda en programes de televisió com *Sálvame*”, afirma. “Els periodistes de premsa rosa i d'esports no els considero professionals, però tinc una bona imatge de la resta”, confessa Maria Navarro, mentre que Sandra Martí, una adolescent de

dissset anys, és contundent quan diu que els periodistes estan manipulats i els falta “molta llibertat d'expressió”. D'altra ban-

**"DIGUEU-ME ROMÀNTIC, PERÒ M'AGRADA ASSEURE'M A LLEGIR EL DIARI. EL TACTE DEL PAPER EM RELAXA MOLT"** Enric Sansalvador

da, Enric Sansalvador critica tots aquells que “s'autoproclamen periodistes als quatre vents, encara que n'estan ben lluny i fan que aquesta professió vagi quedant desprestigiada”.

Curiosament, a diferència del que passava en generacions anteriors, entre els adolescents consultats hi ha una nul·la vocació periodística. La precarietat de la professió i el descrèdit d'alguns mitjans i periodistes semblen haver contribuït a extingir el

romanticisme propi de l'ofici, que tants joves havia captivat. Sobre el futur del periodisme, però, tots tenen clar que

Internet, les xarxes socials i els telèfons intel·ligents són la clau principal, i que ja no hi ha marxa enrere. Però, tal com veiem al principi del

reportatge, no tots opinen igual dels diaris en paper. “Digueu-me romàntic –confessa Sansalvador–, però m'agrada asseure'm a llegir el diari. El tacte del paper em relaxa molt”. Ç

# L'ALTRA INFORMACIÓ

Una sèrie de projectes periodístics aposten per un contingut diferent als dels grans mitjans de comunicació

TEXT VICTÒRIA HITA  
FOTOS DANI CODINA

**En un moment de canvi en què trontollen moltes coses, també s'aguditz la crisi dels mitjans de comunicació tradicionals. Els lectors busquen informació de proximitat, no lligada a interessos dels anunciants i en què la crítica prevalgui per sobre del discurs oficial. Parlem amb alguns d'aquests projectes periodístics que aposten per un altre tipus d'informació.**



La redacció de *Cafèamblllet* es troba al domicili dels seus impulsors, Marta Sibina i Albano Dante, a la comarca de la Selva, tocant al Montseny. La revista té els orígens en un full *DINA3* fa deu anys, a Blanes. Era gratuïta, d'àmbit local, tirava 2.000 exemplars, es finançava amb publicitat i estava pensada per ser llegida mentre es prenia un cafè amb llet, per exemple. Més endavant, amb una periodicitat setmanal, va arribar a 30.000 exemplars, que es distribuïen a la Selva i l'Alt Maresme.“

L'any 2008, la revista va viure un moment força crític, va caure la publicitat, van deixar l'oficina i van haver de passar a mensual. La indignació en veure un anunci televisiu sobre assegurances mèdiques i l'inici de les retallades del Govern català va ser el que els va impulsar a investigar el finançament dels hospitals públics de Blanes i Calella. I van descobrir greus irregularitats a la sanitat pública. El cas de Ramon Bagó, exalcalde de Calella, va tenir un impacte important a la zona. “És semblant al de Fèlix Millet, però a Bagó encara no li han retirat la Creu de

Sant Jordi”, ironitza el responsable de *Cafèamblllet*.

Van elaborar un vídeo sobre el frau i va tenir una gran repercussió a la Xarxa. Els periodistes Oriol Güell i Antia Castedo d'*El País* es van interessar pel cas i l'Oficina Antifrau va començar a investigar-ho. El Parlament va obrir una Comissió d'investigació sanitària. CiU i PSC van vetar la compareixença de Dante i Sibina. Van ela-

## EL MICROMEENATGE I EL VOLUNTARIAT SOVINT ÉS INHERENT AL FUNCIONAMENT I ESTRUCTURA D'AQUEST TIPUS DE MITJANS

borar un altre vídeo sobre el mateix tema, que va tenir un ressò encara més ampli que el primer. Van acabar a la banqueta dels acusats, van ser jutjats i l'octubre de 2012, condemnats a pagar 10.000 euros per haver “danyat l'honor” d'un assessor del president Artur Mas. Van rebre el suport de milers de ciutadans, de periodistes, i fins i tot van sortir al *Washington Post*. Finalment van ser absolts. Una mostra de

la transcendència del periodisme local rigorós i independent.

L'Albano recorda que es van plantejar què havien de fer amb totes les dades que tenien. “Vèiem que els mitjans públics callaven i els privats també. El sistema estava fallant. Vam pensar que amb el periodisme es pot lluitar per una mica de justícia”, afirma. Així que, apunta, van decidir “fer un mitjà que expliqui el que no expliquen els altres”. Després d'una campanya de micromecenatge, van posar en marxa una revista mensual de 16 planes –distribuïda arreu del territori ca-

talà per 200 voluntaris– amb una tirada de 145.000 exemplars –“2.000 més que *La Vanguardia*”, destaca– amb material propi i de mitjans “amics” com la *Directa*.

## TRANSFORMACIÓ SOCIAL

L'equip de la *Directa* treballa al barri barceloní de Sants i, igual que *Cafèamblllet*, aposta per una informació alternativa.

Aquest setmanari va treure el primer número, el 2006, amb l'objectiu de ser portaveu dels moviments socials. Amb els anys, s'ha obert al conjunt de la societat, evolucionant cap a un periodisme més professional, encara que mantenen el projecte horitzontal, assembleari, autogestionat i descentralitzat del territori que s'ha consolidat amb èxit com un mitjà de transformació social i de crítica davant

## LA DIRECTA HA CONSOLIDAT EL SEU PROJECTE HORIZONTAL, ASSEMBLEARI, AUTOGESTIONAT I DESCENTRALITZAT

de les múltiples injustícies. Diferencien la versió en paper, d'anàlisi, investigació, opinió i entrevistes, del web on es fa el seguiment de l'actualitat i de l'agenda informativa.

El setmanari *Directa* compta amb una quinzena de redactors i també disposa d'una xarxa de corresponsalies i col·laboradors procedents tant del periodisme com dels diferents col·lectius implicats. Hi ha responsables de seccions, fan una reunió setmanal per al llançament de continguts, una altra per al tancament i una assemblea trimestral.

El 2010, la revista de pensament i anàlisi *Illacrua* es va fusionar en un suplement de vuit pàgines a la *Directa*. Des de llavors, el setmanari ha anat creixent. Segons dades de la FUNDACC, és llegit per 9.000 persones, mentre que la seva pàgina web té unes 100.000 visites mensuals.

Respecte a la distribució, cada setmana vint-i-cinc persones fan arribar 2.400 exemplars a 1.800 subscriptors, quioscos, llibreries i entitats. El repte és augmentar els ingressos per publicitat i passar d'un 5% a un 15% del pressupost. A la primavera de 2013, van fer una campanya de micromecenatge que va permetre adquirir ordinadors nous, iniciar un procés de cooperativa mixta i llançar la nova pàgina web que es presentarà aquesta tardor.

Un dels impulsors i redactors de la *Directa*, Jesús Rodríguez, critica que "si en els mitjans privats comercials hi ha una població exclosa és perquè aquesta no té capacitat adquisitiva, no és potencial consumidora del producte dels anunciants". Respecte als mitjans públics, opina que "les causes són per desafecció política. L'imaginari dels periodistes de TV3 es mou a l'entorn de CiU i ERC, principalment. Per tant, hi ha capes de la població que no surten en les informacions per motius polítics i electorals".

Tot i la distància amb els mitjans clàssics, en Jesús afirma que la *Directa* té bones relacions amb treballadors d'altres mitjans "perquè en alguns temes hem estat referència de TV3 o *El País*, ja que la precarització del moment comporta que hagin de buscar noves fonts, no tenen temps per investigar i, amb els anys, s'han creat canals d'empatia entre perio-

"ELS TABLOIDES D'ANGLATERRA HAN DENUNCIAT ELS ABUSOS DE LA BANCA. AQUÍ NO HI HA HAGUT RES EQUIVALENT" Andreu Missé, *Alternativas económicas*

distes, com ara Mitjans en lluita. Sobre el futur dels mitjans tradicionals, creu que no hi ha un full de ruta clar. "Tot grup humà té interessos a comunicar i mentre hi hagi la necessitat de bancs, grans oligarquies i l'Estat, el comte de Godó no caurà", afirma.

### L'ECONOMIA, AMB ALTRES ULLS

Uns carrers més enllà de la *Directa*, també a Sants, hi ha la seu d'una publicació més recent, germana (o filla?) d'un mitjà francès amb 33 anys d'existència, com *Alternatives économiques*, que té 75.000 subscriptors i edita 130.000 exemplars. El local de la revista mensual *Alternativas económicas* és diàfan i sense despatxos. L'equip, constituït com a cooperativa i integrat per cinc periodistes, inclou el veterà

i acreditat Andreu Missé, al capdavant del projecte per elecció de la resta.

A principi de mes es reuneixen, discuteixen els temes i, segons Mariana Vilnitzky, sòcia i redactora de la publicació, "hi ha molta implicació". Amb 1.558 subscriptors, aspiren a tenir-ne 4.000. "No ens volem fer rics, però sí viure d'això", admet Vilnitzky, que creu que "parlar d'economia és difícil, nosaltres no som economistes. Per això, mirem d'utilitzar un llenguatge col·loquial i entenedor". Per copsar l'essència de la publicació, recorda que "abans, la secció d'*El País* era Economia i Treball i ara s'ha quedat en Economia. S'intenta limitar l'economia al món de l'empresa, quan l'economia és a tot arreu".

Missé defineix la revista com a "molt divulgativa, no té res a veure amb les altres, enfocades a l'inversor, l'executiu, la banca". "L'economia —observa— ha entrat en la vida de les persones, amb la reforma laboral, les preferents o l'augment de les tarifes de la llum. Són informacions complexes que volem explicar bé, amb rigor, de manera independent i amb una preocupació social". Missé considera que els mitjans tradicionals estan plens de "periodistes boníssims", si bé condicionats a uns continguts molt interessats. Com a exemple, detalla que "un banquer guanya 300 vegades més que un mestre. És irracional aquesta estructura salarial en un país amb cinc milions de pobres i 1,2 milions de famílies a l'atur fa més de tres anys. Els tabloides d'Anglaterra han denunciat els abusos de la banca. Aquí no hi ha hagut res equivalent".

### RÀDIO LLIURES

La informació alternativa també es dona a les ones. La Coordinadora de Ràdios Lliures de Catalunya agrupa Contrabanda FM 91.4, Ràdio Bala Manresa 106.4 FM, Ràdio Bronka 104.5 FM, Ràdio Línea 4



En pàgines anteriors, redacció del setmanari *Directa*. Sobre aquestes línies, una assemblea de LaTele, amb seu a Gràcia, que va néixer el 2003.

103.9 FM, Ràdio Pica 96.6 FM i Ràdio Rsk 107.1 FM. Aquestes emissores existeixen, des de mitjan setanta, quan “hi ha una necessitat humana d’expressió que als mitjans convencionals no té cabuda. Aquesta necessitat continua existint, ja que el monopoli comunicatiu no ha canviat”, explica Òscar Mateu, vocal de la Coordinadora de Ràdios Lliures de Catalunya. “La Constitució recull el concepte de la llibertat d’expressió, però continua l’eterna batalla legal de l’espectre radioelèctric, atès que l’Estat no ha tingut mai la intenció de crear una legislació específica perquè puguem emetre amb total llibertat”, apunta. Així les coses, les ràdios lliures mantenen un perfil semblant d’autogestió, a través de quotes, edició i venda de material, i de creació de programes diferents als

dels mitjans clàssics. Funcionen de manera assembleària horitzontal i es manté gràcies al voluntariat. “Ni som professionals ni ho volem ser”, afirmen. Segons Mateu, cobreixen “la necessitat de la gent del poble de tenir canals propis d’expressió”.

La Coordinadora, creada fa cinc anys, fomenta la solidaritat entre les emissores, sobretot en moments puntuals en què, per a Mateu, “cal la unió per tenir la força”. Es difícil calcular les persones que hi col·laboren: “Som una eina de lluita, un punt de trobada de col·lectius, i un termòmetre del que passa al carrer, ja que la gent participa més quan hi ha necessitat d’una resposta”, afirma. Els programes de les ràdios lliures són heterogenis i van des de la cultura fins a la política. “En comú

sempre surt un component crític per una banda o una altra, encara que sigui des de l’espai més frívol”, assegura.

Emeten les 24 hores del dia i la programació en directe és limitada. A banda de l’actualitat, ofereixen monogràfics i intercanvis amb altres ràdios de l’estranger. “És molt interessant conèixer que ens senten des d’altres punts del món”, afirma el vocal de la Coordinadora. Volen potenciar el binomi emissor-receptor i presumeixen que “són la veu de les sense veu”. En aquest sentit, apunta Mateu, tracten “qüestions molt marginals que no tenen cabuda enlloc”. A tall d’exemple, un espai com *Judici a la justícia*, de Ràdio Bronka, que des de fa més d’una dècada parla de “realitats ocultes en els grans mitjans, com



Un col·laborador de LaTele, un mitjà de comunicació on ningú cobra i que està format per un conjunt d'activistes socials.

la situació de les persones a les presons i, per extensió, de casos de tortura”.

## MARC SENSE REGULAR

I de les ones a la petita pantalla. LaTele va néixer, el 2003, de l'Assemblea de Comunicació Social, formada llavors per 130 col·lectius, amb el desig que els

**"NO COMETEM CAP IL·LEGALITAT, PERÒ CADA ANY TENIM PRECINTES I ENS ARRIBEN MULTES"**

Lluís Garcia, LaTele

moviments socials tinguessin una televisió alternativa. Emet al canal 37 de la TDT des de Barcelona fins a Sant Pol de Mar (Ma-

resme) i per Internet, i la redacció, ubicada al barri de Gràcia, compta amb una quinzena de persones, tot i que hi ha gent que entra i surt perquè, en paraules de Lluís Garcia, un dels seus col·laboradors, “això és activisme total i absolut, ningú no cobra”. Admet que necessiten gent per tirar endavant: “avui tothom grava actes, manifestacions, però prioritzen el Youtube o les xarxes socials”.

“No tenim ningú darrere, ni partits ni sindicats i no fem publicitat comercial”, s'enorgulleix Garcia. LaTele té uns 300 socis i 150 col·lectius, que paguen quotes que van de 10 a 60 euros. A banda, el mitjà organitza actes per recaptar fons.

Igual que els passa a les ràdios lliures, LaTele no disposa de xifres d'audiència i es mou en un marc sense regular: “No cometem cap il·legalitat, encara que cada any tenim precintes i ens arriben multes. A França, hi ha una legislació bastant clara, si bé aquí el tercer sector està als llimbs”, afirma Garcia. Respecte al que fan altres mitjans de comunicació, comenta que s'identifiquen amb el poder: “És brutal que un mitjà públic com TV3 estigui tan alineat amb CiU i la seva òrbita, no només amb els informatius sinó també amb els tertulians que trien. Ja no ho dissimulen, només cal veure com presenten les protestes dels seus treballadors”. LaTele es nodreix de programació pròpia, documentals i vídeos d'altres mitjans afins, com *15mbcn.tv*.



Més informació a:  
<http://radioslliures.info/>  
<http://latele.cat/>  
<http://directa.cat/>  
<http://alternativaseconomicas.coop>  
<http://www.cafeamblllet.com/es/>  
<http://laradio.cat/>

+ info



## LA TERRA I CRÍTIC, DUES NOVETATS DE LA TEMPORADA

Els mitjans d'aquest reportatge són una mostra d'un panorama comunicatiu que aposta per una informació diferent. N'hi ha moltes i algunes de qualitat, com SICOM TV o la revista *Carrer* (que edita la FAVB). Aquest setembre s'hi afegeixen dos nous mitjans. La Terra és una ràdio amb l'estudi central a Reus i voluntat d'arribar al conjunt dels Països Catalans. Emet a través d'Internet i d'emissores associades, amb les quals comparteix programes. La periodista Sònia Bagudanch ha passat per *Diari de Girona*, *El Punt* i l'ACN, i és la responsable de les informacions de la Garrotxa i el Pla de l'Estany. "S'han format equips de corresponsals per territoris i s'ha arribat a acords amb emissores ja existents, per trencar la inèrcia d'una informació centralitzada que parla de comarques només quan hi ha festes. Volem superar els mitjans públics i donar a conèixer altres realitats", subratlla.

Segons el *Document de treball provisional*, aquesta nova emissora compta amb una seixantena de corresponsalies perquè la idea és que "el què passi a Banyoles sigui igual d'important que el què succeeix a Vilafranca del Penedès o Barcelona". "Això ens motiva molt i també que els treballadors no tinguem límits a l'hora d'informar. La finalitat és fer un periodisme lliure, sense censurens, amb vocació professional", explica Bagudanch. Al tancar l'edició d'aquesta revista, La Terra comptava amb 285 socis i proposava una subscripció popular de dos euros al mes. Gràcies a una campanya de micromecenatge han muntat l'estudi de Reus.

D'altra banda, els periodistes Sergi Picazo, Roger Palà i Joan Vila han impulsat *Crític*, també gràcies al micromecenatge i, sobretot, a les ganes de fer periodisme. "Volem tornar a les bases, al rigor, el contrast de dades, a creuar totes les fonts. No ens considerem alternatius -assegura Palà. Alternatiu és un mitjà com *La Vanguardia*. Qui s'està saltant les normes bàsiques del periodisme són els altres". *Crític* ofereix als 760 subscriptors un contingut diari, que pot ser una entrevista, un article d'opinió, una notícia, i un reportatge setmanal. Al cap d'un temps, la informació serà d'accés lliure. Respecte als continguts, Palà hi destaca "temes en profunditat de política, economia, societat. No farem un periodisme de filtració, sinó d'investigació". I sobre el finançament, comenta que "la publicitat no superarà mai un 25% de la facturació i no tindrem publicitat del tipus de la banca que ha estafat amb preferents". A diferència de La Terra, a *Crític* la feina és remunerada des del primer moment.

## DEL 15M ALS 400 VÍDEOS

Entre els diferents fruits del moviment 15M, hi ha la Comissió audiovisual que ha esdevingut *15mbcn.tv*. No tenen web, però sí 400 vídeos en arxius que es poden consultar a Youtube. Es tracta, en la majoria dels casos, d'investigacions de casos judicials que els mitjans de comunicació convencionals no treballen. Xavier Artigas és un dels impulsors de *15mbcn.tv* i de la I Trobada d'Intervenció Política Audiovisual, que va tenir lloc a principi de maig a Barcelona. Hi van assistir unes 40 persones de 30 grups diferents relacionats amb el món audiovisual. Artigas avança que "no es vol crear un nou col·lectiu, sinó buscar maneres de treballar conjuntament, de sincronitzar-nos i col·laborar entre nosaltres" i cita la prohibició de les boles de goma com un triomf dels col·lectius de contrainformació i de campanyes de pressió que revelen "la capacitat d'intervenció que tenim".

"No s'està fent un periodisme d'investigació perquè es copia i enganxa la nota de premsa de les policies locals o dels mossos d'esquadra. No es parla amb els veïns ni amb les famílies de les víctimes. No som periodistes, però fem treballs en profunditat", afirma.

L'objectiu principal de *15mbcn.tv* és que el seu contingut es difongui, tot i això, en Xavier lamenta que "les edicions digitals de TV3, BTV, *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico*... que mostren els nostres vídeos no en citin la font". Ç

# ESCOLA DE METEOROLOGIA

Es compleixen trenta anys d'una nova manera d'informar del temps impulsada per TV3

TEXT CARMÉ ESCALES



**Quina roba posar-nos o si és el millor dia per pujar una muntanya ens ho diuen els homes i dones del temps. Dominen la informació que gaudeix –i pateix– del més ampli ventall de perfils d’audiència. D’això n’era conscient l’Antoni Castejón quan, el 1984, va crear la secció de Meteorologia a Televisió de Catalunya. A partir d’aleshores, l’aposta de la cadena per aquesta informació va marcar un abans i un després en els continguts i maneres d’explicar el temps.**

Era l’any 1927 quan s’emetia, per primer cop a Espanya, un informe meteorològic per ràdio. Ho va fer Ràdio Barcelona, transmetent un comunicat del Servei de Meteorologia de Catalunya. I, encara que ha plogut molt des d’aleshores, aquella fita precursora forma part d’una Catalunya que no ha davallat mai en la cura de l’estudi dels fenòmens meteorològics i de la previsió del temps, però també sobre com informar-ne la població.

En la professionalització dels presentadors del temps, Televisió de Catalunya hi ha tingut un paper cabdal, “gràcies en gran part a l’arribada a TV3 d’Antoni Castejón, que ens va marcar a tots el camí a seguir”, recorda Josep Sanz, cap d’Informatius a Televisió de Catalunya entre 1983 i 1996. “Castejón venia de TVE a Sant Cugat i de la ràdio, i va saber administrar molt bé els límits d’aquella frontera entre la popularitat de qui presenta una informació amb

**AL PRINCIPI, ESTAVEN PENDENTS DEL QUE ES FEIA A FORA, A LA BBC, AL JAPÓ, I DEL QUE LA TECNOLOGIA ELS PODIA APORTAR**

tanta audiència i la credibilitat sobre els continguts. Castejón va ser un mestre per a tots els que vindrien després”, apunta Sanz.

Com a director, Sanz va saber incidir, “i molt” –precisa l’actual cap dels Meteoròlegs de TV3, Tomàs Molina–, en el paper rellevant de la informació del temps. “Sobretot perquè és un servei públic, avui coordinat amb el Servei de Meteorologia de Catalunya i Protecció Civil per seguir el protocol de les alertes de perill”, justifi-

ca Sanz. “A més, és una informació que interessa franges molt grans de la ciutadania, per les implicacions econòmiques, mediambientals, socials i de formes de vida, per això cal que sigui molt rigorosa i ben explicada”, afegeix.

La preparació i bagatge de Castejón permeteren innovar molt, tant pel que fa a procurar bons continguts, com en les maneres de donar-los a conèixer als

**VAN SER PIONERS EN ANIMACIONS DE MAPES, EN CÀMERES REMOTES AL TERRITORI, A SORTIR DELS ESTUDIS I A FER PARTICIPAR ELS TELEESPECTADORS**

telespectadors. “Tècnicament teníem moltes ànsies de fer coses. Érem molt més petits que TVE, si bé precisament per això, podíem ser molt més àgils en els plantejaments a l’hora d’incorporar les coses més innovadores.

Algunes d’aquestes coses, per falta de recursos econòmics, ens les havíem de fer nosaltres mateixos, però durant quinze o vint anys vam mantenir la tònica de la innovació com una de les nostres prioritats, i encara ens varen quedar moltes coses al calaix. Només vàrem poder donar a conèixer una tercera part de tots els intents d’invents que vam fer. Teníem moltes ganes d’aprendre i fer coses”, recorda Pere Vila, aleshores cap de l’Àrea tècnica de Televisió de Catalunya i avui a TVE.

“Estàvem molt pendents del que es feia a fora, a la BBC, al Japó, i també de tot el

que la tecnologia ens podia aportar. Per exemple, vam ser els primers a realitzar animacions de mapes, a instal·lar càmeres al territori gestionades amb control remot, i a sortir dels estudis, trepitjar el terreny, i comptar amb la participació dels telespectadors”, diu Josep Sanz. “Si volíem oferir informació rigorosa, havíem de tenir els mitjans per aconseguir-la”, precisa l’excap d’Informatius. I en el conjunt d’eines i mitjans que TV3 va posar

a l’abast d’una informació del temps de qualitat i completa, hi havia una xarxa d’observadors al territori que van esdevenir col·laboradors.

“D’aquesta manera, incidíem brutalment en la proximitat, un altre senyal d’identitat de TV3”, afegeix Sanz.

**REDACCIÓ COMPARTIDA**

L’any 1986, Castejón va fer el primer directe des de fora de la televisió, des del Turó de l’Home. Progressivament, la incorporació de les sortides al territori, especialment en dies en què el temps donava grans titulars, va anar provocant l’entrada de la informació del temps i dels mateixos meteoròlegs als espais físics del *Telenotícies* de TVC, al plató i a la redacció. “Això no és gens freqüent a les altres televisions, ni d’Espanya ni de la resta del món. Josep Sanz va fer que els meteoròlegs ens asseguéssim a la redacció d’informatius. A les televisions, normalment els meteoròlegs estan amb altres programes, en un altre pis o espai físic, però nosaltres reportàvem directament al director del *Telenotícies*”, precisa Tomàs Molina, que

ha presidit –actualment és vicepresident– l'Association of Broadcast Meteorology. “A TVE, els meteoròlegs no som físicament a dins del plató. En tenim un d'enorme, igual que el del *Telediario* i amb cinc pan-

## A TVE LA MAJORIA DELS PRESENTADORS DEL TEMPS NO SÓN METEORÒLEGS, MENTRE QUE A TV3 HO SÓN TOTS

### L'EVOLUCIÓ DELS PIONERS

La primera emissió de l'espai del temps a Televisió de Catalunya va ser el 16 de gener de 1984 i estava dirigit i presentat per Antoni Castejón. A partir del 1988, l'espai d'informació meteorològica dels Serveis informatius de TVC es converteix en un espai autònom emès a continuació del telenotícies. L'any 1992, supera l'àmbit dels telenotícies i entra a formar part també dels continguts de programació matinal de la cadena, amb el *Bon dia Catalunya* i els meteoròlegs passen a donar servei als programes informatius, d'esports (*Temps de neu*, 1997), i al canal 3/24, l'any 1993, adoptant el nom de *Méteo*. El 1992, incorporen les càmeres paisatgístiques per control remot. El 1997 es crea el SAM (Serveis Audiovisuals Meteorològics), un avatar que permetia, des d'Internet, accedir a la previsió del temps a la carta. L'any 2000, TV3 comença a incloure amb regularitat fotografies que envien els telespectadors. El 29 de març de l'any 2001, s'inclouen les primeres imatges del radar meteorològic i, el 2010, les imatges de les càmeres fixes de TV3 es posen a disposició de qual-sevol web gràcies a una aplicació per a l'escriptori o mòbil que s'integra com a fons de pantalla i que ofereix la CCMA.

talles alimentades de cinc fonts diferents, encara que independent”, detalla Mònica López, cap de Meteorologia de TVE. La seva arribada a TVE ha comportat l'exportació d'un model de presentació del

temps. “L'aleshores cap d'Informatius a TVE, Xavi Pons, en la primera entrevista que vaig tenir em va dir que volia que sortíssim al carrer. I

ara podem, per exemple, anar al jardí botànic a veure com ha arribat la primavera i oferir continguts que complementen la previsió, i des de fora de la televisió”, explica López.

A TVE –afegeix– “excepte Jose Antonio Maldonado, que és meteoròleg, i jo, la resta són presentadors del temps, amb moltes taules, com l'Ana de Roque, però no meteoròlegs, mentre que a TV3 sempre ho han estat”. Aquest ha sigut també un tret diferencial a la televisió autonòmica de Catalunya, “els presentadors del temps a TV3 han estat sempre gent que fa el pronòstic, que elaboren ells mateixos la previsió i, al mateix temps, els especialistes a dins del *TN* que expliquen alguna cosa més, amb això Televisió de Catalunya ha estat pionera i única molt de temps”, afirma López. “Una de les coses que tinc ganes de fer –prosegueix– és organitzar cursos de presentació per a meteoròlegs. Històricament, sempre s'ha fet a l'inrevés: els meteoròlegs ensenyen la seva matèria als periodistes perquè presentin bé les informacions del temps”.

### NEGOCI O ESPECTACLE

“A France 3, no som meteoròlegs sinó periodistes especialitzats en meteorologia els qui presentem el temps”, aclareix Jean-Marc Souami, presentador del temps a la televisió francesa. “Dites populars, refranys, poesia i humor són els tocs personals d'alguns presentadors que, com que no són meteoròlegs, sinó persones “meteosensibles”, es poden permetre aquestes llicències. Catherine

### MAREGASSES I CAPS DE FIBLÓ

“La normalització de la llengua, missió de TV3 i Catalunya Ràdio des del seu naixement, també ha estat un camí treballat en la informació de la meteorologia”, destaca el que fou cap d'Informatius de Televisió de Catalunya, Josep Sanz. “Gràcies a Antoni Castejón, ja des de l'inici de les emissions diàries de TV3 –el 16 de gener de 1984–, arrenca la divulgació d'un llenguatge fins aleshores especialitzat. Termes científics emprats per definir fenòmens meteorològics, com la *maregassa*, les *isòbares* o el *cap de fibló*, els popularitzem, els exportem per al telespectador, explicant-los, sempre, cada cop que se n'introdueix un de nou”, explica el cap dels lingüistes de TV3, Josep Cornudella Defis. “A poc a poc, hem anat ampliant-ne i enriquint-ne el vocabulari, obligats a definir cada cop més fenòmens, atès que la informació meteorològica cada vegada abasta més camps de divulgació: l'espai, els volcans, els huracans, i els fets molt locals de cada territori, i això passa per incorporar vocables, fins i tot localismes –com el fenomen del *fogony*, al Pallars–, que aporten riquesa al llenguatge”, afegeix Cornudella.

Laborde, per exemple, que dona el temps des de fa vint anys a TFI era novel·lista abans d'esdevenir cèlebre presentant la informació del temps. També Alain Gillot Petré, presentava als vuitanta el temps amb una llarga cua de cavall i omplia l'emissió d'humor”, assegura Martine Tabeaud. Unes pràctiques que incideixen en el debat sobre la tendència de certes cadenes a flirtejar amb una certa banalització o frivolitat de la informació del temps, una distensió que trenca amb la seriositat d'un telenotícies i, al mateix temps, és una

## LA INFORMACIÓ MÉS SOL·LICITADA

Ni els esports ni la cultura, l'economia, la política o el trànsit. Un estudi del Centre d'Investigacions Sociològiques per a l'Agència Estatal de Meteorologia (AEMET) que es va donar a conèixer a l'abril, mostra que la informació meteorològica és la més sol·licitada per la població espanyola.

L'estudi, coordinat per professors de la Universitat Complutense de Madrid, i Fermín Elizaga, meteoròleg de l'AEMET, ha comptat amb la participació de 2.959 persones, a les quals s'ha entrevistat presencialment. La investigació estableix que un 69,5% dels ciutadans segueix habitualment la informació del temps i un 55% ho fa diàriament. Per darrere d'aquest percentatge, hi ha un 44,9% dels que afirmen que consulten habitualment notícies d'esports; un 40,9% diu informar-se dels temes culturals, un 38,8% dels temes econòmics, un 34,2% de política i un 24,2% de la informació del trànsit i de les carreteres.

Segons un altre estudi, publicat a la revista *Comunicación y Sociedad* (Universitat de Navarra), un 79,5% dels ciutadans de l'estat consideren la informació meteorològica molt o bastant important per a la societat, un 11,7% creu que és important, un 7,3% poc important i un 0,7% pensa que no és gens important. Segons els enquestats en aquest estudi, la confiança en la informació del temps és alta (6,91 punts sobre 10). Respecte a l'encert, un 82,4% dels enquestats considera que és molt o bastant encertada la predicció i un 90,3% la considera comprensible, i també un 91,2% creu que és útil.

La televisió és el mitjà més utilitzat per informar-se del temps, diàriament, segons confirma un 73,6% dels entrevistats, seguida de la ràdio, que segueixen un 19,1% dels entrevistats, un altre 15% ho fa a través d'Internet i la premsa escrita la llegeix un 10,4%. Planificar activitats a l'aire lliure o en cap de setmana, organitzar vacances i viatges o decidir quina roba es posarà són, en aquest ordre, les motivacions o utilitats de la informació meteorològica entre els enquestats. Un 85% d'ells afirma haver sentit els avisos de fenòmens meteorològics adversos de l'AEMET i un 68,5% els considera adequats per a la gravetat de les situacions d'alerta.

Molina. “A les privades els importa guanyar audiència i publicitat i tothom que es dedica a això sap com aconseguir-la”, comenta el cap de Televisió d'*El Periódico de Catalunya*, Manel de Luna, que recorda com la presentadora Doria Tillier va anunciar que es despullaria si França es classificava per al Mundial. Al final va aparèixer, molt de lluny, tota nua travessant un camp. Encara es pot veure a YouTube. “Precisament, perquè la informació del temps afecta directament i immediatament el consumidor, es tradueix en un interès milionari. Per tant, s'ha de captar la major atenció possible. I no només és una qüestió tècnica, sinó també de ‘físic’”, resumeix De Luna.

## RISC DE PLUGES I QUEIXES

Que mai plou a gust de tothom no és només una dita ben certa. Les cada cop més encertades aproximacions a la previsió del temps han protagonitzat sovint les queixes de col·lectius com el dels empresaris turístics. “Un pronòstic de mal temps pot buidar un establiment turístic, però de vegades anunciem bon temps i són altres causes, com la crisi, les que fan que no s'omplin”, raona Mauri.

“Malgrat les dificultats de l'orografia del nostre país, l'obligació de la direcció és donar eines als professionals perquè desenvolupin la seva feina amb més qualitat. Ells saben millor que ningú administrar el marge d'error que pot tenir una previsió”, afirma Josep Sanz des del departament de Responsabilitat Social Corporativa de la CCMA. “A la meteorologia s'hi busca la versemblança, no la veritat. Encertar exactament és impossible, el que es busca és que s'assembli a la realitat observada. El risc, a més, sempre és doble: encertar i explicar-ho bé”, afegeix Molina respecte a les adversitats, les més grans de les quals, històricament, han fet pujar sempre, i molt, l'audiència dels telenotícies i li han donat encara més popularitat —i un Ondas a Catalunya Ràdio per la cobertura del temporal de neu del 2010— i prestigi als homes i a les dones del temps. **Ç**

manera de pujar les audiències d'un espai que congrega molts telespectadors.

“És clar que en certes cadenes de televisió, sens dubte en les més seguides pels joves, són les noies joves i molt molt maques, les que presenten la meteorologia”, explica

congrega persones de tot el món interessades en la meteorologia.

“Fora d'Espanya són més proclius, en general, a caure en el xou dins l'espai destinat a la informació del temps, en què designen un presentador guapo o guapa.

És evident que aquí també ho hem vist en alguna cadena.

Minerva Piquero, per exemple, que ho feia molt bé a Antena 3, era model”, recorda

Francesc Mauri, meteoròleg de tv3 i Catalunya Ràdio. “Però, si espectacularitzes la informació, la banalitzes”, apunta Tomàs

## A L'ESTRANGER, SÓN MÉS PROCLIUS A CONVERTIR LA SECCIÓ DEL TEMPS EN UN ESPECTACLE AMB PRESENTADORS FÍSICAMENT ATRACTIUS

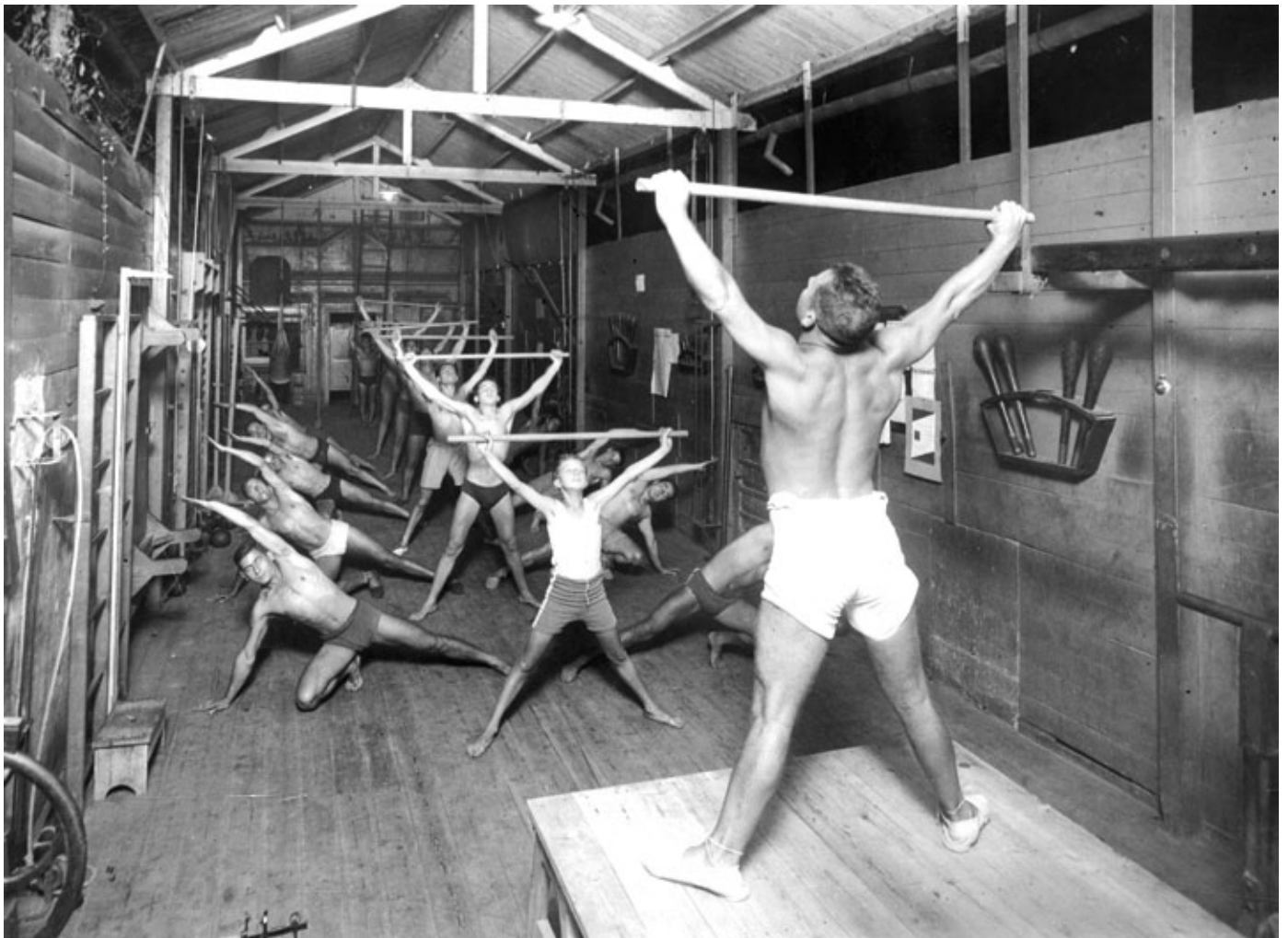
Tabeaud, que fa quinze anys va posar en marxa amb Martin de la Soudière [www.perceptionclimat.net](http://www.perceptionclimat.net), una xarxa que

# PABLO LUIS TORRENTS

Crònica d'un fotoperiodista oblidat que va viure uns anys convulsos

**Un dels fotògrafs més rellevants del primer terç del passat segle segueix sent pràcticament desconegut. La figura i obra de Pablo Luis Torrents encara paga un preu massa alt per l'arribada de la dictadura franquista. Andrés Antebi i Pablo González, membres de l'Observatori de la Vida Quotidiana i autors d'una recerca que ha durat tres anys, relaten la història d'aquest fotògraf oblidat.**

TEXT ANDRÉS ANTEBI I PABLO GONZÁLEZ  
FOTOS PABLO LUIS TORRENTS © GABRIELA TORRENTS



Tot i ser un dels professionals del periodisme gràfic més prolífics i rellevants a la Barcelona del primer terç del segle xx, el nom de Pablo Luís Torrents (Montevideo 1893-1966), com el de tants altres col·legues, ha passat fins avui del tot desapercbut. La seva biografia, marcada pels estralls d'una guerra i l'anar i tornar transoceànic, ha deixat al seu pas un bon nombre d'enigmes que potser mai seran del tot resolts.

El seu cas, i el de desenes de repòrters gràfics oblidats com ell, mostra fins a quin punt la construcció de la nostra memòria fotogràfica, memòria històrica, o memòria a seques, ha estat marcada des del final de la Guerra Civil i fins avui per amplíssimes zones d'ombra.

Torrents exemplifica l'oblit en què van caure els fotògrafs de premsa compromesos amb la República després de la victòria franquista. I, més enllà de la dictadura, exemplifica com, incomprensiblement,

## UN DELS FOTÒGRAFS CATALANS MÉS RELLEVANTS DEL PRIMER TERÇ DEL SEGLE XX ÉS ENCARA UN DESCONEGUT

aquest menysteniment s'ha mantingut també en democràcia. No és una qüestió menor. Parlem, qualitativament i quantitativa, d'una de les generacions més brillants de la història del fotoperiodisme català.

Les fotografies de Torrents i dels seus contemporanis, conformen una detallada crònica a peu de carrer de la vida a Barcelona durant les dècades de 1920-1930. Van ser publicades als principals diaris i revistes de l'Estat en el moment en què el fotoperiodisme fa el gran salt cap a la modernitat i la imatge publicada va esdevenir un dels puntals de la nova cultura de masses.

Per a aquesta generació de repòrters, l'edat d'or, però, acabà abruptament. L'any 1939, Torrents va haver d'exiliar-se i no va



A la pàgina anterior, gimnàstica a l'Ateneu Enciclopèdic Popular (1933). A dalt, Volta ciclista a Catalunya (1933). A baix, efectes del bombardeig a la Barceloneta (Archivo General de la Administración).

tornar mai més a Catalunya. Fugí a França a corre-cuita, amb una part del llegat fotogràfic amagat en un cotxe. Centenars de plaques de vidre, mai trobades, símbol d'un arxiu esmicolat -entre tants altres- part del qual es troba, com s'ha començat a reconèixer encara tímidament, en fons d'altres fotògrafs del seu temps com Pérez de Rozas, Josep Maria Sagarra o Agustí Centelles.

## MONTEVIDEO-BARCELONA

De pares catalans, nascut a Montevideo en el si d'una família de classe mitjana, Torrents va passar la primera infància a l'Uruguai, però va instal·lar-se a Barcelona encara nen, a set anys. De jove, va treballar on va poder per ajudar a casa, i la trajectòria periodística començà, l'any 1923, amb publicacions ocasionals a *La Jornada Deportiva*, un setmanari esportiu de pres-



A sobre aquestes línies, dos homes sense sostre dormen als carrers de Barcelona el 1935 (Archivo General de la Administración). A baix, retrat de Pablo Luis Torrents (Arxiu família Torrents).

tigi a on publicaven d'altres desconeguts de primer nivell com Colomé, Casas, Florit, Gaspar, Domínguez o Maymó. Amb el primer carnet de redactor gràfic a la butxaca, va entregar-se en cos i ànima al nou ofici. A poc a poc, va anar teixint una xarxa de contactes a través dels quals va començar a col·laborar amb alguns diaris de Madrid i la trajectòria professional es

consolidà definitivament al voltant de la feina que l'Exposició Internacional de 1929 generà a Barcelona.

La formació aquell mateix any de la societat Gaspar-Sagarra-Torrents amb seu a la Via Laietana, 54 va suposar l'eclosió definitiva de la seva carrera. L'equip de reporters gràfics va funcionar durant

## EL SEU CAS EXEMPLIFICA L'OBLIT DELS FOTÒGRAFS COMPROMESOS AMB LA REPÚBLICA

quatre anys com un rellotge i va esdevenir l'empresa fotoperiodística de referència a la ciutat. Els col·legues, que els anomenaven "els Tres Reis Mags" reconeixien explícitament l'enorme capacitat de cobertura dels esdeveniments noticiables, l'acurat treball de laboratori i la solvència en les entregues. Tots tres es repartien amb molta intel·ligència cobertures i correspondències. Torrents s'encarregava sobretot de les publicacions madrilenyes, exercint com a corresponent a Barcelona de Prensa Gráfica SA, un dels grups de premsa més importants, que editava setmanaris gràfics



## CONTRA LA DESMEMÒRIA GRÀFICA

L'Observatori de la Vida Quotidiana (OVQ), del qual formen part els autors d'aquest reportatge, és una petita organització independent que treballa, des d'un esperit trans-mèdia i col·laboratiu, en l'àmbit de la creació de continguts al voltant de les dinàmiques de la vida social contemporània.

Aquest grup s'ha especialitzat dins del sector cultural en projectes editorials, expositius, gràfics, videogràfics i en format web, així com en la realització de documentals i el comissariat d'exposicions. Els treballs, basats en la recerca històrica i antropològica, tenen com a eix vertebrador l'espai públic urbà, i busquen analitzar, des d'enfocaments diversos, els usos habituals o extraordinaris que la gent fa dels carrers. Les festes, el turisme de masses, els esdeveniments esportius, les insurreccions populars o les escenificacions del poder, són algunes de les principals línies d'investigació del col·lectiu.

Per la seva part, La Imatge Velada és una línia d'investigació engegada per l'OVQ, l'any 2010, i que té com a objectiu rescatar i difondre les biografies i els fons d'alguns dels més importants fotoperiodistes de les primeres dècades del segle XX a Catalunya i que avui encara són pràcticament desconeguts. Una mena d'exhumació col·laborativa de la memòria gràfica catalana que des del 2014 es troba, entre altres projectes, a la plataforma [www.reportersgrafics.net](http://www.reportersgrafics.net).

El web, que incorpora monografies amb documentació diversa així com una mostra de l'obra de cadascun dels fotògrafs abordats durant la recerca, s'anirà ampliant a mesura que es trobin noves informacions rellevants.





de referència com *Crònica*, *Mundo Gráfico* o *La Esfera*. Entre les publicacions periòdiques de Barcelona, els seus treballs més significatius van ser per a *La Rambla*, on va estar en plantilla entre 1933 i 1939.

Totalment entregat a la feina, pulcre, obsessiu i molt estricte, de vegades intransigent, no admetia altres punts de vista sobre com procedir amb la càmera a la mà. Molts dels ajudants en patiren l'extrema exigència i la poca llibertat que els deixava a l'hora de col·locar-se o d'enquadrar.

## MESTRE I APRENT

Agustí Centelles va ser un d'aquells aprendents als quals el fort caràcter de Torrents incomodà. L'any 1932, quan tenia poc més de vint anys, el valencià va començar a treballar a l'empresa dels Tres Reis Mags com a dependent i ajudant al laboratori. I, a poc a poc, amb l'equip que l'empresa

A dalt, Diada de Sant Joan a Barcelona. A baix, jocs infantils durant la festa major de Gràcia. Les dues imatges són de 1935. (Archivo General de la Administración).

li proporcionà, va anar sortint al carrer. Torrents el marcava de ben a prop.

La relació jerarquitzada entre Torrents i Centelles mai no va ser del tot bona, tal com es pot apreciar en una pàgina escrita per Centelles al Diari d'un fotògraf. "Vaig seguir guanyant 75 pessetes setmanals (...) M'explotaren de manera desaforada. Tot el dia en el laboratori, tirant ampliacions, sortint a fer fotos a estones i treballant per les nits sense cobrar hores extraordinàries. (...) Torrents és (...) un individu perillós, calculador i que mai dóna la cara en les seves males jugades als demés (...). Millor fotògraf que el seu soci (Sagarra), sense

## PART DEL SEU ARXIU ES TROBA EN ELS FONS DE PÉREZ DE ROZAS, SAGARRA O CENTELLES

ser gran cosa. (...) Em marcava la forma de treballar", escriuria Centelles. Enmig d'un ambient enrarit, aquella empresa va acabar extingint-se l'any 1934 i Centelles portà a judici (i el guanyà) als seus patrons per acomiadar-lo de manera improcedent. A partir d'aleshores Centelles començà a treballar en solitari.

Malgrat el trist final d'un grup que havia revolucionat el negoci, Pablo Luis Torrents ja era un dels pesos pesants del reporterisme gràfic català. Va continuar treballant pel seu compte, servint còpies a múltiples publicacions i escollint les tasques que més li agradaven, mentre ensenyava al seu fill Pablo René els ets i uts de l'ofici.

L'esclat de la Guerra Civil va tornar a unir temporalment el destí del tàndem Torrents-Centelles. Van treballar ben a prop l'un de l'altre, fent fotografies al centre de Barcelona durant el 19 de Juliol i mesos més tard al front d'Aragó, fent colze a colze diversos reportatges sobre la quotidianitat de la vida a les trinxeres.

Compromès amb la causa republicana, Pablo Luis Torrents va ser una de les



A dalt, efectes del bombardeig de Barcelona del febrer de 1937. A baix, cavalls morts al carrer Diputació al juliol de 1936 (Biblioteca Nacional de España).

ànimes de l'anomenat *pool* de fotògrafs, format durant la guerra per bona part dels fotoperiodistes en exercici. La finalitat de l'agrupació era protegir-se mútuament, cooperar i sumar esforços en la cobertura de les múltiples notícies que dia a dia es generaven. Repòrters de primer ordre com Sagarra, Puig Farran, Badosa i Brangulí, compartiren la feina, jornada a jornada, amb el laboratori de Torrents com a base d'operacions.

## EL FOTÒGRAF DE LES BOMBES

A partir del 1937, Torrents va rebre l'encàrrec que el marcaria per sempre més: documentar els terribles efectes dels bombardejos de l'aviació feixista, primer a la ciutat de Barcelona i després a diversos indrets de la geografia peninsular. Segons el testimoni de Pablo René, que acompanyava el pare, l'aleshores cap de l'arxiu i laboratori fotogràfic del Ministeri de Propaganda, Lluís Lladó, li va proposar la

missió. “Ell (el meu pare) era l’encarregat de fer totes les fotos dels bombardejos, així que si bombardejaven, trucaven del Ministeri, li deien on havia passat i amb un cotxe que ells li havien proporcionat, hi anàvem els dos. Ell feia les fotos de les cases destruïdes i les víctimes”, recorda René. Les fotografies d’horror i destrucció preses per la seva càmera, serien utilitzades de manera recurrent pels serveis propagandístics republicans i enviades a l’estranger amb l’objectiu de denunciar

els atacs aeris i l’acarnissament contra la població civil.

És molt difícil seguir el rastre del fotògraf durant aquells episodis dramàtics, però a través de les imatges que s’han rescatat es pot deduir que Torrents va tenir molt de pes entre els repòrters de guerra al servei del bàndol republicà. Se sap que, a principi de 1938, va formar part de la junta directiva de l’Agrupació Professional de Periodistes-integrada a la UGT- i que dis-

posava d’un dels pocs carnets expedits per la Federation Internationale des Journalistes entre els redactors gràfics espanyols.

Amb les tropes franquistes a les portes de Barcelona, va fugir a l’exili, convençut que si l’enxampaven l’esperava l’escamot d’afusellament. Tot just va arrebregar una petita part del seu comprometedor arxiu. Aquelles fotografies es van perdre a la frontera, a prop del Voló, i el seu destí encara avui és un misteri.

Gabriela, la néta, recorda el relat familiar d’aquest afer: “eren dos calaixos amb les plaques de vidre. Les carregaren al cotxe i després les van deixar a la frontera. No els ho deixaren passar, fins i tot ells tingueren

## CENTELLES VA SER APRENENT SEU, TOT I QUE EL CARÀCTER FORT DE TORRENTS L’INCOMODAVA

problemes per passar també. Passaren indocumentats, els retiraren tot el que els pogués identificar. I aquestes plaques es quedaren allà a la frontera, dins del cotxe. El que tractaren de veure d’alguna manera és que algú les recollís, que no quedessin allà tirades, tot i així, el que se’n va fer, no se sap. On quedaren realment?”.

Durant una breu estada a França, Torrents va intentar ajudar els periodistes espanyols que estaven ingressats en els diferents camps de concentració. I, finalment, una nit d’hivern de 1940, al port de Marsella, embarcà amb la família amb rumb a l’Uruguai. A la terra natal va viure nostàlgic i enyorat, intentant, sense èxit, una sèrie d’aventures comercials vinculades a la fotografia, però no al reporterisme. Entre altres activitats lligades als catalans d’Amèrica, Torrents fou membre de la junta directiva del Casal Català a Montevideo. Va morir l’any 1966, desitjant tornar, i amb les imatges borroses dels efectes de les bombes clavades encara a les retines. Borroses pel mateix fum que, tants anys després, segueix emboirant la seva memòria. Ç



A dalt, Torrents al front d’Aragó a final de 1936 (Foto: Agustí Centelles / Centro Documental de la Memoria Histórica, Salamanca). A baix, infermeres durant la Guerra Civil. (Archivo General de la Administración).



# "LA CIUTAT DELS PERIODISTES"

A inici del segle XX, es van construir uns grups d'habitatges a Horta  
i Gràcia destinats als professionals de la informació

TEXT XAVIER MARTÍ I YLLA  
FOTOS VICENTE PRUNA

**CAPÇALERA recupera una història força desconeguda dels periodistes catalans del primer quart de segle. Es tracta de la construcció d'una "ciutat-jardí" a Horta i Gràcia per als professionals de la informació d'aquell temps. Antoni Rovira i Virgili i Pompeu Fabra van ser alguns dels que van viure a la vuitantena de cases construïdes, les quals van rebre premis per la seva qualitat. El boom immobiliari va trastocar la idea inicial i, avui dia, queden ben pocs d'aquells habitatges.**

Una fotografia mostra un grup de persones assegudes en un jardí i a un parell de nenes. S'hi intueix, més que veure's, un entorn de natura, de pau i tranquil·litat. Ella, la Teresa, n'és una. Té cinc anys. Però això ho hem sabut gairebé noranta anys després, quan en un entorn ben diferent —un pis de l'eixample barceloní— recorda que el seu pare, Antoni Rovira i Virgili, periodista i diputat al Parlament —va ser-ne vicepresident— va ocupar un dels xalets del que es va conèixer com la "Ciutat dels periodistes".

Corria l'any 1917 i la Cooperativa de Periodistas para la Construcción de Casas

## LES CONSTRUCCIONS EREN HABITATGES UNIFAMILIARS QUE TENIEN PLANTA BAIXA, PIS, GOLFES I JARDÍ

Baratas, creada per bastir habitatges per a membres d'aquest col·lectiu segons l'anomenada "Llei de cases barates" de 1911, veia acomplert el seu somni: s'acabaven els tres primers edificis i ja estaven en fase de construcció altres cinc.

Totes les cases van ser promogudes per la Cooperativa i, tal com contemplava la llei, van poder comptar amb bonificacions i facilitats. La Cooperativa va començar a aixecar cases a la Mulassa i a la Font d'en Fargas (Horta) fins que, més endavant, van poder adquirir un terreny a La Salut (Gràcia) per construir-ne més.

Quedaven enrere uns anys de gestions (la influència d'aquest col·lectiu va fer augmentar el salari mínim anual que es requeria per acollir-se a la llei), reunions, projectes, burocràcia i començava una nova etapa. Aquesta i altres moltes coses és el que recorda la Teresa, que presenta l'aspecte d'una persona fràgil (té més de noranta anys), però enèrgica i dolça alhora, i amb una voluntat irreductible.

Aquest tarannà de fermesa de ben segur que és un tret heretat del pare. "El rei Alfons XIII va dir que pagava una casa, tot i que els diners van anar a parar a la Cooperativa, i va resultar que era la nostra.

Van comentar que en un viatge que faria a Barcelona ell mateix la inauguraria. I, quan ho va saber, el meu pare va dir: 'ell pot venir però jo no

hi seré!'. Finalment, van venir les infantes i les va haver de rebre la mare", recorda.

La Teresa no recorda, si bé ho sap, que el 1914, en una època d'habitatge escàs, es va crear una cooperativa els estatuts de la qual es van aprovar l'octubre de l'any següent, perquè els periodistes hi tinguessin accés i amb millors condicions. A més, era un moment en què el moviment cooperatiu tenia una forta implantació a casa nostra després d'haver tingut lloc, el 1898 i 1899, la I Assemblea de Cooperatives de Catalunya i el Congrés Català de la Cooperació, respectivament. Aquella Llei

va permetre, doncs, posar en marxa tota la maquinària burocràtica necessària per tirar endavant el projecte.

## UN "CONJUNT ORGÀNIC"

El projecte, de l'arquitecte Juli Maria Fossas Martínez, se situava al límit dels barris barcelonins de Gràcia i Horta. Contemplava la construcció d'una "ciutat-jardí", on a cada parcel·la el propietari podia projectar el tipus d'edifici que volia. Eren, en finques tancades, habitatges unifamiliars, de planta baixa, pis, golfes i jardí. Com es pot suposar, aquestes cases no eren gaire barates, a diferència d'altres col·lectius que estaven agrupats en la seva respectiva cooperativa (funcionaris municipals, militars, tramviàries i ferroviàries, carregadors i descarregadors de cotó del port, empleats de Riegos y Fuerza del Ebro y Energía Eléctrica de Cataluña o del Centre Autònom de Dependents del Comerç i de la Indústria) que les edificaven en blocs o en filera.

La família de Rovira i Virgili va viure en un dels vuit xalets que es van construir en el sector de la Mulassa, al barri d'Horta, entre el passeig que portava aquest nom, i el carrer Maryland, que portava el cognom del propietari anglès que va cedir els terrenys. En l'actualitat són, respectivament, els carrers Peris Mencheta (on encara es poden veure dos habitatges, amb la torre de l'aigua) i Marqués de la Foronda, qui en el seu moment va ocupar, entre altres càrrecs, la presidència de la



## AMB CASA I BARRI PROPIS

Seria a final d'octubre de 1958, acabat d'arribar de Madrid, on vaig seguir el tercer i últim curs de l'Escola Oficial de Periodisme per obtenir el títol que s'exigia per a exercir, quan per primer cop em parlaren del barri barceloní dels periodistes. Crec que fou Joan Sariol, redactor de la delegació de l'Agència EFE a Catalunya, a la qual jo m'havia integrat precàriament, qui em parlà de la plaça Sanllehy, que portava el nom de l'antic alcalde Domènec Joan Sanllehy, la família del qual havia venut uns terrenys a una cooperativa de periodistes que van urbanitzar-los. Les cases projectades, de tipus unifamiliar amb jardí, tenien un cost elevat i, per tant, els periodistes que van poder adquirir-les foren pocs, bàsicament directius, administradors de categoria i col·laboradors destacats.

El tema em va encuriosir i un matí de dia festiu em vaig acostar a la plaça Sanllehy, per a descobrir pel seu voltant carrers amb els noms de Miquel dels Sants Oliver, Albert Llanas, Josep Ixart, Joan Cortada, Teodor Baró, Miquel Badia i altres. Tot i que la majoria em sonaven, d'alguns no en sabia res, però a força de buscar vaig anar arrodonint referències, i vaig trobar que la major part de les plaques s'havien posat amb bon seny i encertat sentit d'homenatge històric. Trobo, doncs, que és oportuna i encomiable la informació que ara s'ofereix sobre aquest barri. Actualment, es troba molt canviat respecte als seus orígens, si bé queden els noms dels carrers, i això encara que sigui poc, és útil.

**Josep M. Cadena**

Periodista

companyia de tramvies i que va cedir un passi gratuït de transport als periodistes. Aquest grup d'habitatges es va inaugurar el 1917. "Però, a final de 1916, ja hi van anar els pares. Jo vaig néixer en aquella casa", recorda la Teresa Rovira.

Un altre grup de sis "cases barates" es va construir, entre 1917 i 1918, al sector de la Font d'en Fargues, al mateix barri.

## POMPEU FABRA I ANTONI ROVIRA I VIRGILI VAN COMPRAR ALGUNS DELS HABITATGES QUE DESPRÉS EL FRANQUISME ES VA APROPIAR

Al carrer Verdi, encara es conserven les cases Altimis i Garcia-Anné, i la d'Eduard Solà ara és un edifici de pisos. Al carrer Frederic Rahola, es conserva, tot i que deteriorada, la casa Almerich, mentre que la casa Manuel Miralles va ser derruïda i la casa Pérez-Carrasco actualment és un centre d'ensenyament.

La "ciutat-jardí" s'havia d'aixecar seguint els postulats de Cebrià de Montoliu, que en 1913 havia escrit que "debe ser un centro urbano, establecido según un plan metódico, formando un conjunto orgánico, completo y autónomo, o independiente como tal de otros centros existentes, y distinguiéndose de las ciudades comunes en una mucho menor densidad de población, con el aumento correspondiente de espacios destinados a la vegetación y al cultivo".

Montoliu va importar el concepte urbanístic que havia desenvolupat l'urbanista anglès Ebenezer Howard. Aquest va treballar de reporter als Estats Units durant uns anys, on va tractar i rebre la influència de Walt Whitmann. En tornar, i mentre treballava a l'oficina de premsa del Parlament britànic —on va estar-se fins a la jubilació—, va concebre un nou estil de vida que es plasmà, el 1902, en un conegut tractat d'urbanisme (*Ciutats Jardí del demà*).

La Teresa Rovira i els seus pares, mentre vivien al grup de la Mulassa, no formaven

part d'aquell "conjunto orgánico" que Fossas va dissenyar per al barri de la Salut, tot i que (igual que el de la Font d'en Fargas) estava inspirat en aquest corrent urbanístic. El 1917, la Cooperativa de Periodistes va comprar 52.364 m<sup>2</sup> de terreny —dels quals 34.500 eren edificables— a l'aleshores alcalde de Barcelona, Carles Sanllehy Girona, i a la seva mare, Anna Girona Vidal, marquesa de Caldes de Mont-

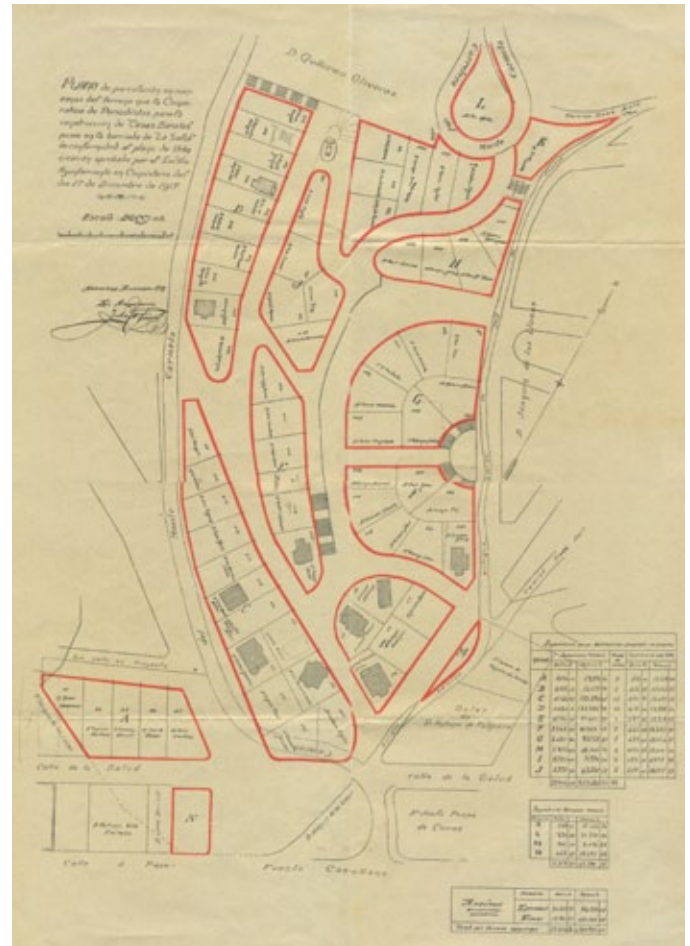
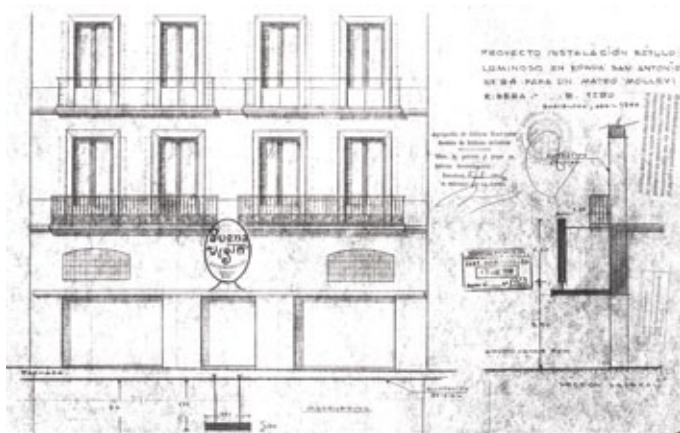
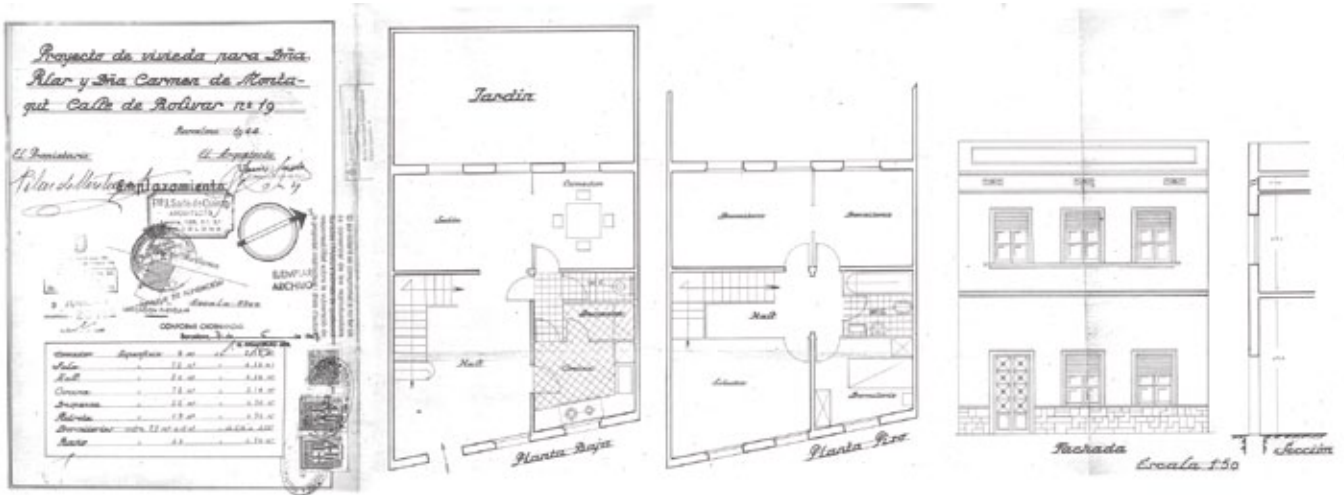
bui i filla del banquer Manel Girona. A més, aquesta aristòcrata es va convertir en l'aval de la Cooperativa tant a l'hora de concedir un préstec

de 300.000 pessetes com en convertir-se, ella mateixa, en avaladora (amb part de les seves propietats) d'un altre de 500.000.

## RITME DESIGUAL

La finca adquirida per la Cooperativa ocupava la zona compresa (segons la nomenclatura del moment) entre el carrer de la Salut —antic camí del Coll del Portell—, camí de Torre Baró, carretera del Mont Carmel i camí del Mont Carmel. La parcel·lació la va aprovar l'Ajuntament, el 1917, i comprenia 14 illes de cases amb 68 solars edificables.

Des d'aquell any i fins el 1927, es van anar construint xalets a un ritme desigual. La Memòria de la Cooperativa de 1920 argumenta el ritme lent de la construcció per la "lucha constante con la adversidad, ora en forma de huelgas o de lock-outs interminables, ora por la inestabilidad de los precios de los jornales y de los materiales de construcción, ora por los compromisos contraídos por algunos contratistas...". La Memòria de l'any següent ja parlava de "la amable monotonía del triunfo", per referir-se a les obres d'urbanització dels grups de la Font d'en Fargas (sis xalets) i la Mulassa (vuit) i el ritme de construcció a la ciutat-jardí de la Salut (10 construïts i 14 en construcció). Finalment, a la Memòria de 1926, ja informava que "este año se han construido 27 nuevas casas que han



A les pàgines anteriors, algunes cases d'Horta de la Cooperativa de Periodistas para la Construcción de Casas Baratas, que van construir-se a la Mulassa, la Font d'en Fargues (Horta) i a la Salut (Gràcia). Aquesta última va ser la més important, ja que és on s'hi va dissenyar la ciutat-jardí. Era en uns terrenys abruptes que requeriren molta obra per a terraplanar-los. A la imatge de la dreta, un plànol de la zona amb les parcel·les i el nom del seu propietari. A dalt, plànols de dos xalets i a la imatge petita és el dibuix que va fer la cooperativa dels xalets construïts en el moment d'assistir a un congrés internacional de cases barates, a Brussel·les.

A la dreta, visita oficial a les cases d'Horta. A l'esca-  
la, sense barret, Antoni Rovira i Virgili. A baix, visita  
de la infanta, a la qual aquest periodista i polític no  
va assistir per no rebre-la.



S. A. R. la Infanta Doña María Luisa de Orleans dirigiéndose a visitar los chalets construidos por la Cooperativa de Periodistas]

venido a enriquecer, el ya rico patrimonio  
de la Cooperativa, y a hermostrar la sim-

## LA CIUTAT-JARDÍ DE LA COOPERATIVA DE PERIODISTAS VA ACONSEGUIR PREMIS I RECONeixEMENTS A ESPANYA I A L'ESTRANGER

pática barriada de la Salut”.

El president de l'entitat durant els quatre  
primers anys va ser Arturo F. Bono i, més  
endavant, ho fou Juan José Pou de Barros.  
El secretari de la Cooperativa era qui

llegia la memòria anual a l'assemblea de  
socis. I és ell qui es mostra exultant en la  
de 1926, la darrera  
que es conserva.  
Aquell any, finalitza-  
va la construcció dels  
darrers quatre xalets  
i per això es pot es-  
criure en majúscules:

“La obra de edificación se termina (...)  
Poseemos importantes terrenos, en parte  
de los cuales parece que se levantará un  
grupo escolar, para perpetuar la memoria  
del ilustre e invicto ciudadano ex alcalde

de Barcelona Don José Collaso Gil.  
Nuestras amortizaciones siguen su curso  
normal”. En total, doncs, es van construir  
totes les cases inicialment previstes. Gaire-  
bé totes dividides en tres grups (les vuit a  
la Mulassa, les sis de la Font d'en Fargas i  
les 65 de la ciutat-jardí de la Salut) van ser  
per a periodistes.

## SAQUEJOS FRANQUISTES

Una de les “victòries” aconseguides pels  
gestors de l'entitat fou aconseguir que  
tots els préstecs els amortitzessin els socis,  
en els mateixos terminis: 25 anys. Segons  
un fulletó imprès per anar a l'Exposició  
Internacional de Brussel·les, a la Salut  
s'edificaven sis tipus de xalets amb uns  
preus que oscil·laven entre 19.000 i 33.000  
pessetes. Antoni Rovira i Virgili tenia el  
seu al grup de la Mulassa. “El pare la va  
acabar de pagar l'any abans d'anar a l'exili.  
Sort, perquè si no, no sé què hauria pas-  
sat”, recorda la seva filla.

I és que, tot just després de deixar casa  
seva, igual que va passar amb la del seu  
veí, Pompeu Fabra, que també n'ocupava  
una de la Cooperativa, va ser assaltada i  
saquejada pels franquistes. Teresa Rovira  
recorda com “l'any 1948, van eximir el  
meu pare de cap responsabilitat política.  
Però a la casa ja hi vivia una vídua de  
militar amb els seus fills”. Ella va tornar el  
1953 i, com a bibliotecària, es va establir a  
Esparraguera. “Des d'allà em vaig preocu-  
par de recuperar-la. Vaig tenir la sort que  
em va tocar un tercer premi de la loteria  
de Nadal i vaig poder donar els diners que  
em demanava la dona per marxar”, afirma.





A la dreta, la Teresa Rovira, filla d'Antoni Rovira i Virgili, i la seva néta Maria observen una imatge familiar de l'època de la construcció dels habitatges.

A la imatge de dalt, la fotografia que la Teresa i la Maria tenen a les mans i que va ser presa en el jardí de la casa familiar. La Teresa, amb cinc anys, és la primera nena de la dreta".



La ciutat-jardí promoguda per la Cooperativa de Periodistes para la Construcció de Casas Baratas va aconseguir una gran quantitat de premis i reconeixements tant a l'Estat Espanyol com a l'estranger per la seva qualitat, tot i que el cert és que es desconeix quants periodistes, en realitat,

que el gremi ha tingut mai al nostre país, just quan a Barcelona s'havien projectat també la "Ciutat-Jardí del Tibidabo" o la "Ciutat-Jardí de Pearson", a Pedralbes, que si bé no eren per a aquests professionals sí que s'inspiraven en aquest model anglès.

Cooperativa de Periodistes, on no manca el trosset de jardí i la mica de galliner. Viu sobriament; l'únic luxe —si no resulta una impertinència anomenar-lo així— és una sala de bany. La cambra on treballa en Rovira no té cap al·licient. Uns prestatges de fusta de noguera plens de llibres i una taula senzilla farcida de papers. Tot plegat, no faria cap efecte en una fotografia i ens provaria que ell no té, aquell punt de preciosisme domèstic que sol ésser una característica comú a molts intel·lectuals contemporanis". Actualment, en aquella casa pagada dues vegades, hi viu la Maria, néta de la Teresa i besnéta d'aquell reconegut polític i periodista. Ç

## LA VENDA PER PART D'ALGUNS PROPIETARIS I, SOBRETOT, EL BOOM URBANÍSTIC DELS ANYS SEIXANTA VAN DESDIBUIXAR LA IDEA INICIAL

hi van anar a viure, ja que pel que sembla alguns inquilins no tenien res a veure amb la professió.

També va ser font d'inspiració per a altres institucions semblants. Certament, no es poden considerar "cases barates", encara que va ser l'única "Ciutat dels periodistes"

Així doncs, el pas del temps —alguns propietaris se les van vendre uns anys després—, sobretot, el boom urbanístic dels anys seixanta, vam desdibuijar la idea inicial del projecte i actualment en queden pocs d'aquells habitatges. Per això, per saber-ne més, sovint no queda més remei que tirar d'hemeroteca. Carles Soldevila escrivia, el 1925, respecte de l'habitatge d'Antoni Rovira i Virgili: "Amb la seva muller i la seva nena viu a Horta, en un xalet de la

# EL CAMÍ DE *GABO*

Es compleixen vint anys de la fundació creada per Gabriel García Márquez amb vista a impulsar el periodisme de l'Amèrica Llatina

TEXT XAVIER SULÉ



Imatge d'un dels nombrosos tallers que organitza la fundació creada pel premi Nobel. Foto: Joaquín Sarmiento/FNPI

**A Cartagena de Indias hi ha un lloc inspirador on és possible tornar a estimar l'ofici de periodista. És la Fundació Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, que mesos després de la mort de l'escriptor continua el seu camí, fidel a la missió encomanada pel premi Nobel: formar bons professionals i impulsar la professió a l'Amèrica Llatina.**

Gabriel García Márquez es considerava fonamentalment un periodista. No es cansava de repetir que la primera i única vocació va ser el periodisme, que ell qualificava com el millor ofici del món. Al llarg de la seva vida, *Gabo* –tal i com se'l coneixia– va moure's per totes les variants de la professió al mateix temps que desenvolupava l'obra narrativa de ficció. Va ser columnista, redactor de editorials, crític de cinema, cronista, reporter, corresponçal i enviat especial.

Ja com a escriptor consagrat, el compromís amb la professió el va fer crear una mena d'escola de periodisme itinerant. Volia contrarestar el deteriorament de la qualitat informativa que existia al seu continent i que *Gabo* considerava com una amenaça a la democràcia. Només calia una petita estructura, àgil i sostenible que convoqués tallers de periodisme de tot tipus en els quals s'ajuntessin joves alumnes amb els grans mestres de la professió per parlar de l'ofici. *Gabo* es va erigir, llavors, com a mentor d'un periodisme diferent i es va voler fer acompanyar de gent com Kapuscinski, Jon Lee Anderson, Miguel Angel Bastenier, María Teresa Ronderos o Jean-Francois Fogel, entre molts altres.

El 1994, es creava l'entitat que avui porta el seu nom (Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo

Iberoamericano, FNPI). El primer taller va reunir deu reporters menors de trenta anys sota la direcció de la gran cronista mexicana Alma Guillermo Prieto. Des de llavors, la Fundació ha organitzat gairebé

**GARCÍA MÁRQUEZ ES VA ERIGIR COM A MENTOR D'UN PERIODISME DIFERENT I ES VA ENVOLTAR DE GENT COM KAPUSCINSKI O JON LEE ANDERSON**

400 tallers i seminaris de formació i intercanvi amb la participació de més de 9.000 periodistes.

Per al director, Jaime Abello, el que distingeix la FNPI és l'orientació cap al treball pràctic, l'intercanvi d'experiències i el debat professional. “És un lloc de trobades

presencials i virtuals de col·legues de tots els països iberoamericans moguts per una veritable vocació. Aquí es defensa un periodisme inspirat en els valors i les idees de García Márquez, un periodisme que

creu que la vocació és important, aquella vocació d'explicar històries amb ètica i voluntat de servei públic”, afirma.

Per complir el mandat de *Gabo*, la Fundació treballa transversalment quatre línies d'actuació. La primera és la de la narració periodística, que pretén formar en reporterisme i estimular el periodisme narratiu per promoure noves generacions d'autors. La segona línia s'emmarca dins del que és l'ètica i la sostenibilitat dels mitjans. Una

tercera línia incideix en tot el que és investigació, cobertura i opinió sobre temes que es consideren claus per a l'Amèrica Llatina com poden ser la seguretat ciutadana, el narcotràfic o l'economia. I, finalment, es tracta també tot el que té a veure amb la innovació, l'aprofitament de les eines digitals i els mitjans en línia.

## LA FÓRMULA DEL TALLER

El mètode fonamental que utilitza la Fundació per a la formació són els tallers. “Ajuntar joves reporters amb gent de la vàlua de Jon Lee Anderson, Alma Guillermo Prieto o Miguel Ángel Bastenier ha estat molt inspiradora i ha donat molt bons resultats. D'aquestes trobades, ha sortit tota una pedrera de periodistes que han creat nous mitjans d'èxit, tant impresos com digitals, que han escrit cròniques i reportatges que publiquen constantment, o llibres, molts llibres que ens expliquen la realitat del nostre continent. Tot això ho valorem com una forma de materialització dels nostres objectius. A tots ells, la Fundació els ha proporcionat una motivació, a més de tot un entrenament tècnic de la mà d'un veterà, el mestre del taller. A banda d'això, s'estableixen xarxes i es genera una gran comunitat”, explica Abello.

Per la Fundació han passat moltes persones que han acabat exercint un lideratge

## EN DUES DÈCADES HA ORGANITZAT GAIREBÉ 400 TALLERS I SEMINARIS I ELS SEUS CURSOS DIGITALS SÓN SEGUITS PER QUASI 100.000 PERSONES

intel·lectual i professional. Juanita León n'és una. Va realitzar diferents tallers, incloent-hi un amb el mateix García Márquez i amb Kapuscinski. Tot un luxe. “Va ser increïble tenir-los tots dos junts. De fet, el llibre *País de plomo* que vaig escriure posteriorment va estar molt inspirat en el que vaig aprendre sobre periodisme literari amb ells. León és avui la directora de la *Silla Vacía*, un mitjà en línia creat fa

cinc anys per tal d'explicar com s'exerceix el poder a Colòmbia i que ja compta amb 600.000 usuaris mensuals.

A més de tallers i seminaris d'intercanvi de coneixements, l'FNPI també organitza premis i estímuls als millors treballs periodístics, com ara la convocatòria anual del Premi García Márquez de Periodisme en diferents categories, manté una línia de publicacions i un portal ric en recursos digitals que ofereix consultoris, webinars, cursos i xarxes virtuals. L'FNPI la segueixen gairebé 100.000 persones.

Un dels recursos és el consultori ètic. *Gabo* donava molta importància a l'ètica periodística tot fent famosa una frase que deia que l'ètica havia d'acompanyar sempre el periodisme com “el zumbido al moscardón”. A l'Amèrica llatina, la



Tot i ser conegut com a escriptor, Gabriel García Márquez sempre es va sentir periodista i va treballar per la dignificació de la professió.

discussió i el debat ètic ha estat sempre permanent, per la qual cosa la Fundació va obrir un espai on els professionals consulten els seus dilemes i dubtes.

Aquest servei ja ha donat resposta a unes 1.500 inquietuds. “En el futur, en la mesura que cada cop hi ha més treball freelance, serà més important que existeixin aquestes eines de consulta i d'intercanvi de visions ètiques que ja no es donen dins d'una sala de redacció formal com existia abans i que eren el lloc on la gent es formava”, admet Abello. Jorge Darío Restrepo, reconegut expert en ètica periodística, és el responsable d'aquest consultori.

## TEMPS DE TRANSICIÓ

Des de la fundació miren com poden aportar idees i experiències al procés de canvi que també viu el periodisme a l'Amèrica Llatina. Són temps de transició en què conviuen realitats que conviden a



Alguns dels membres de l'equip de treball a la seu de Cartagena de Indias, on centralitzen tota la tasca que porta a terme la fundació. Foto: Xavier Sulé.

l'optimisme amb altres de més negatives per a la professió.

"ELL TENIA CLAR QUE L'OBJECTIU ERA FORMAR EL JOVE PERIODISTA, NO EL PERIODISME. AL CAPITAL NO LI INTERESSA EL PERIODISME" Jaime García Márquez

Dins d'un panorama general, a l'Amèrica Llatina s'han donat fenòmens com el creixement de l'anomenada premsa popular

de successos que ha sacrificat clarament el periodisme i els seus valors. També continua existint una forta dualitat entre el periodisme que es fa a les ciutats i el que es fa a les províncies, molt vulnerable, amb pèssimes condicions de

sostenibilitat econòmica, molt dependent de la publicitat oficial i més susceptible de ser pressionat pels poders legals i il·legals.

Igualment, el debat sobre la independència dels mitjans i la relació amb el poder continua molt vigent i planteja moltes controvèrsies. Països com Veneçuela, l'Equador i l'Argentina han fet grans apostes pel finançament de mitjans públics i comunitaris, però les seves regulacions van generar un debat polític molt aferrissat sobre el control dels mitjans.

Al costat de tot això, també han aparegut desenes de nous mitjans independents en



A dalt, Jaime Abello, director de l'FNPI, i a la dreta, Jaime García Márquez, germà de l'escriptor i periodista i gran defensor de la institució que aquest va crear per impulsar el periodisme llatinoamericà. Fotos: Xavier Sulé.



línia molt interessants, alguns amb un èxit notable com és el cas de *La Silla Vacía*, a Colòmbia, o la revista *Anfibia* a l'Argentina, per posar-ne dos exemples. D'altra banda, la crònica llatinoamericana ja fa un temps que viu el seu particular boom

## LA FUNDACIÓ APOSTA PER UN PERIODISME AMB VOCACIÓ D'EXPLICAR HISTÒRIES AMB ÈTICA I VOLUNTAT DE SERVEI PÚBLIC

amb un considerable augment de l'interès per aquest tipus de periodisme narratiu i d'autor que parla sobre diferents aspectes de la realitat llatinoamericana a revistes i

infinat de llibres fets per periodistes i que han generat un nínxol de mercat editorial molt rendible.

Per a Abello, tot i reconèixer el declivi del periodisme tradicional, el periodisme a l'Amèrica Llatina té uns signes de vitalitat indiscutibles amb un escenari més plural i amb més oportunitats per a l'emprenedoria

independent sense ànim de lucre i amb vocació de servei. "És cert que cadascú ha de veure com sobreviu i manté les seves iniciatives. No és que estem a favor

d'un periodisme que no tingui bases de sostenibilitat o de remuneració clares, tot al contrari, però a la Fundació sempre hem cregut que el veritable motor del periodisme és la vocació, les ganes de fer periodisme perquè tens ganes d'explicar històries amb una claredat ètica i un ideal de servei públic. Segurament, es treballi per projectes i no sobre la base d'un salari, si bé el periodisme té un futur prometedor, ja que continuarà sent periodisme amb una nova relació amb l'audiència que exigeix, reclama i et parla de tu a tu. El repte és més gran", assegura Abello.

Acompanyant també tot el procés de l'FNPI, encara que més a l'ombra, ha estat

Jaime García Márquez, segurament el germà més proper a *Gabo*, que avui és l'encarregat de les relacions institucionals de l'entitat. Jaime reconeix que moltes vegades se sent defraudat amb el periodisme que es fa a l'Amèrica Llatina i per això defensa aferrissadament la feina des de la Fundació. "La nostra missió és millorar la qualitat del periodista mitjançant tallers pràctics. La concepció de la Fundació per a *Gabo* va ser una idea genial. Ell tenia fe i tenia clar que l'objectiu era formar el jove periodista, no el periodisme, perquè al capital no li interessa el periodisme, té altres interessos", assenyala.

Ja sense *Gabo*, la Fundació segueix el seu camí. "Evidentment, ell ja no hi és, però volem mantenir la claredat estratègica de com ser rellevants i útils. Mentre que la Fundació sigui útil, rellevant i lleial a l'estil que *Gabo* ens va imprimir crec que seguirem trobant o liderant oportunitats de la mà dels nostres mestres, els grans noms del periodisme", conclou Jaime Abello. **Ç**

Més informació a:

[fnpi.org](http://fnpi.org) → Web de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano  
[lasillavacia.com](http://lasillavacia.com) → Bloc creat a Colòmbia per Juanita León sobre temes polítics

+ info



**26<sup>PE</sup>**  
**PREMI PICA**  
**d'ESTATS**



Parc Nacional d'Agüestortes i Estany de Sant Maurici. / Foto Anzu Parc

**TEMA** > La temàtica se centrarà en els aspectes turístics de les comarques de Lleida.

**ORIGINALS** > Hi podran optar tots els treballs de premsa escrita, ràdio, televisió i internet, publicats o emesos en qualsevol idioma en el període comprès entre el 19 d'octubre de 2013 i el 18 d'octubre de 2014.

**TERMINI** > La presentació dels treballs es farà en el termini d'un mes, a comptar des de l'endemà de la publicació de la convocatòria al Butlletí Oficial de l'Estat i al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (període d'inscripció de treballs del 21 d'octubre al 21 de novembre de 2014).

**LLIURAMENT** > El Premi va adreçat als autors dels treballs periodístics. La inscripció i els treballs hauran de ser lliurats pels autors, o per qualsevol persona o entitat que n'acrediti el consentiment, i remesos al president del:

PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ  
Rambla Ferran, 18, 3r, 25007 Lleida

**PREMIS** > S'atorgaran 8 categories de premis:

<b>PREMSA ESCRITA</b>	<b>5.000 €</b>
<b>RÀDIO</b>	<b>5.000 €</b>
<b>TELEVISIÓ</b>	<b>5.000 €</b>
<b>PREMSA ESPECIALITZADA EN VIATGES I TURISME</b>	<b>5.000 €</b>
<b>REPORTATGE FOTOGRÀFICS</b>	<b>5.000 €</b>
<b>PREMSA INTERNACIONAL</b>	<b>5.000 €</b>
<b>MITJANS DE COMUNICACIÓ LOCAL</b>	<b>5.000 €</b>
<b>INTERNET</b>	<b>3.000 €</b>

Al millor treball publicat o emès a l'estranger.  
Al qual podran optar tots els mitjans de comunicació de les Terres de Lleida.  
(portals informatius multimèdia)  
Qualsevol treball publicat en el web.

**JURAT** > El jurat el formaran professionals del món de la comunicació.



# 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.periodistes.org](http://www.periodistes.org)



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya





# SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME

*COM ENS VEU*

*WEBS*

*LA XARXA*

*LA FOTO*

*OBITUARIS*

*LLIBRES*

*DIA A DIA*

## KOMOROID, LA PRESENTADORA DEL FUTUR?

[www.miraikan.jst.go.jp/en/press/docs/20140609\\_E.pdf](http://www.miraikan.jst.go.jp/en/press/docs/20140609_E.pdf)

Al Japó, agraden molt els andròides (robots amb aparença humana) i treballen en el seu desenvolupament des de fa anys. A Tòquio, el Miraikan (National Museum of Emerging Science and Innovation) ha incorporat ara a Komoroid un prototip de presentadora televisiva robòtica controlada informàticament. Komoroid es mou, gesticula i llegeix notícies en diferents idiomes.



## SNOWDEN I LA TELEPRESÈNCIA

[www.ted.com/talks/edward\\_snowden\\_here\\_s\\_how\\_we\\_take\\_back\\_the\\_internet](http://www.ted.com/talks/edward_snowden_here_s_how_we_take_back_the_internet)

Edward Snowden ha estat entrevistat de manera remota en el TED 2014 gràcies a un curiós giny de telepresència, digne del doctor Sheldon Cooper i la sèrie televisiva "Big Bang Theory". Snowden, refugiat a Rússia després de revelar l'espionatge digital efectuat a tot el món per les agències nord-americanes, també utilitza aquest sistema per treballar a distància amb l'American Civil Liberties Union (ACLU).

## GOOGLE GLASS I LA CNN

<http://ireport.cnn.com>

[www.theguardian.com/help/insideguardian/2014/jun/23/the-guardian-launches-the-guardian-for-glass](http://www.theguardian.com/help/insideguardian/2014/jun/23/the-guardian-launches-the-guardian-for-glass)

La plataforma de periodisme ciutadà de la CNN anuncia que els seus col·laboradors podran publicar vídeos, fotos i informacions a través de Google Glass, les ulleres connectades i amb càmera de vídeo. Amb la mateixa finalitat, el diari britànic *The Guardian* també ha tret l'aplicació "Guardian for Glass".

## DIDÀCTIC

[www.nytimes.com/upshot/](http://www.nytimes.com/upshot/)

The UpShot és la proposta del *New York Times* per oferir fàcilment d'entendre els treballs elaborats amb periodisme de dades. En el projecte treballa un equip de quinze persones, entre periodistes, dissenyadors i desenvolupadors gràfics.

## GRAFISME SOBRE PALESTINA

<http://visualizingpalestine.org/infographic/Israeli-ID-System-Palestinian-Segregation>

Premi Best of the Blogs 2014 al millor web d'activisme social. Visualizing Palestine, que ha estat elaborat per un equip repartit entre Ramallah i Beirut i que realitza, des de l'any 2011, infografies sobre la situació als territoris palestins que ja han publicat mitjans com *Huffington Post*, *Al-Jazira*, *The Daily Beast* i *The Guardian*, entre altres.

## L'SPOTIFY DE LES REVISTES

[www.ztory.cat](http://www.ztory.cat)

Arriba a Espanya i Catalunya aquesta plataforma creada a Suècia que funciona amb una tarifa plana mensual i que permet llegir, via Internet, una setantena de revistes electròniques en català, anglès i castellà.

## SUPERQUIOSC CATALÀ

[www.iquiosc.cat](http://www.iquiosc.cat)

Aquí podeu trobar la versió en línia de més de dos-cents diaris i revistes de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal i l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals. Hi podeu comprar la publicació o fer-hi una subscripció.

## BRAND JOURNALISM SEGLE XIX

[http://socialtimes.com/history-brand-journalism-infographic\\_b198994](http://socialtimes.com/history-brand-journalism-infographic_b198994)

Aquesta infografia ens recorda que el *Brand Journalism*, que ara està de moda, no és un invent nou. El primer exemple que recull és de l'any 1895 i parla de la revista *The Furrow*, encara en actiu, amb què l'empresa John Deere s'adreça als pagesos nord-americans.

## SOBRE EUROPA

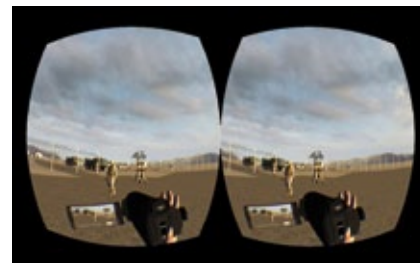
[www.voxeurop.eu](http://www.voxeurop.eu)

Després d'un tancament provisional, torna el lloc que tradueix i publica en diverses llengües les notícies sobre Europa que surten als principals diaris del continent. VoxEurop publica en deu idiomes: castellà, anglès, portuguès, alemany, francès, italià, polonès, romanès, holandès i txec.

## ENTRENAMENT VIRTUAL

<http://vimeo.com/75997757>

El periodista i cineasta canadenc Ben Sainsbury és l'impulsor d'un videojoc anomenat "Stringer", que es farà servir amb les ulleres de realitat virtual Oculus Rift. El joc vol preparar els reporters per afrontar situacions límits en escenaris bèl·lics. Aquí en podeu veure unes imatges.



## ALTRES VEUS

LES PUBLICACIONS QUE DESAFIEN LA "VELLA GUÀRDIA INFORMATIVA"  
VOLEN CONNECTAR AMB UN PÚBLIC QUE BUSCA NOUS INTERLOCUTORS



Les revistes *Mongolia* i *tintaLibre*, versió en paper d'InfoLibre, són dues de les noves publicacions que han aparegut en els darrers temps i que aposten per una nova filosofia i manera de relacionar-se amb el públic.

*Mobilis in mobili*: quelcom que es mou dins d'alguna cosa que també està en moviment. Aquest era el lema del *Nautilus*, la nau del capità Nemo a la novel·la *Vint mil llegües de viatge submarí* de Jules Verne. És una frase suggeridora que serveix per pensar en molts escenaris, inclòs l'informatiu.

L'esclat digital i la crisi han canviat el panorama de la premsa escrita a l'estat espanyol. Les publicacions en paper han intentat adaptar-s'hi i, d'altra banda, s'han consolidat propostes digitals com *Lainformación*, *Elconfidencial*, *Público*, *Eldiario.es* en l'àmbit estatal o *Nació Digital* i *Vilaweb* en l'àmbit català. El canvi, però, no s'atura i segueixen sortint mitjans amb ofertes informatives que busquen lectors entre un públic amb noves inquietuds. *Mongolia*, *Diagonal*, *La Marea*, *InfoLibre* o *Alternativas Económicas* en són algunes.

Un treball recent de l'Associació de la Premsa de Madrid apunta que, en el període 2008-2014, i com a contrapunt a la crisi i acomiadaments en els grans mitjans, han aparegut a Espanya uns quatre-cents nous projectes, endegats moltes vegades per una

mescla de joves periodistes i periodistes veterans que han perdut la feina. Hi ha edicions en paper, si bé moltes d'aquestes publicacions són bàsicament digitals. Tenen redaccions curtes i els seus ingressos, segons els casos, procedeixen de fonts diverses: socis,

### ENTRE 2008 I 2014, HAN APAREGUT A ESPANYA UNS QUATRE-CENTS NOUS PROJECTES PERIODÍSTICS

*branding*, *crowdfunding*, cooperativisme, finançament via fundacions, subscripcions, publicitat, etcètera.

Aquestes dades són una pinzellada genèrica sobre un conglomerat gens uniforme, en el qual hi ha tota mena d'estils i de plantejaments empresarials o ideològics i en el qual podem trobar errors i encerts. És un escenari complex, poc comentat per la premsa més establerta i que en alguns casos ofereix trets interessants. Per exemple, l'ús de la llicència Creative Commons que fan servir, entre altres, *Yorokobu*,

*Periodismo Ciudadano*, *Información Sensible*, *Eldiario.es*, *Civio*, *Materia*, *Politikon*, *La Marea*, *Naukas* o *Gonzoo*. Aquest tipus de llicència, que permet la còpia i utilització dels continguts mai ha agradat els mitjans tradicionals, partidaris del copyright de sempre.

Aquestes noves veus tot sovint busquen la col·laboració entre si. L'any passat, *Yorokobu*, *Naukas*, *Politikon* i *Jot Down Magazine*, entre altres, van editar conjuntament un número de *Five Magazine*, una revista en paper de 256 pàgines. Recentment, ha començat a funcionar *Filtrala*, plataforma en línia de denúncia ciutadana sobre crims, delictes o corrupció impulsada per *Eldiario.es*, *Diagonal*, *La Marea*, *Mongolia* i *Red Ciudadana Partido x*.

## REVOLUCIÓ MEDIÀTICA

Ashifa Kassam, corresponsal de *The Guardian* a Espanya, en el reportatge "Revolució en els mitjans espanyols i recerca de noves veus per part dels lectors", ofereix una visió radical de la situació. En un treball en què cita publicacions com *Público*, *Elconfidencial*, *Mongolia* i *Nuevas Perspectivas*, vincula els recents canvis a la direcció d'*El País*, *La Vanguardia* i *El Mundo* amb el tens escenari polític a Espanya i diu que, en general, els nous mitjans "suposen un desafiament a la 'vella guàrdia informativa'". Segons l'article, els mitjans tradicionals estan cada cop més institucionalitzats a causa de la crisi i els problemes econòmics que pateixen.

## MÉS INFORMACIÓ A:

- [www.diagonalperiodico.net](http://www.diagonalperiodico.net) (actualitat)
- [www.revistamongolia.com](http://www.revistamongolia.com) (revista satírica)
- [www.lamarea.com](http://www.lamarea.com) (actualitat)
- <http://alternativaseconomicas.coop> (economia)
- [www.infolibre.es](http://www.infolibre.es) (actualitat)
- <http://acuerdo.us> (reportatges interactius)
- [www.yorokobu.es](http://www.yorokobu.es) (revista sobre tendències)
- [www.cafeambillet.com](http://www.cafeambillet.com) (actualitat catalana)
- <http://esmateria.com> (salut, ciència i tecnologia)
- [www.informacionsensible.com](http://www.informacionsensible.com) (actualitat)
- [www.civio.es](http://www.civio.es) (projectes sobre transparència informativa)
- <http://naukas.com> (ciència, escepticisme i humor)
- <http://politikon.es> (anàlisi política)
- [www.gonzoo.com](http://www.gonzoo.com) (mitjà orientat als joves)
- <http://periodismohumano.com> (sobre drets humans)
- [www.cuartopoder.es](http://www.cuartopoder.es) (actualitat)
- <http://vozpopuli.com> (actualitat)
- [www.jotdown.es](http://www.jotdown.es) (magazín cultural)
- <http://vis-a-vis.es/> (revista per a tauletes)



## UN DIA QUALSEVOL

Tatiana Sisquella | Columna Edicions, 2014 | 216 pàgines

La periodista Tatiana Sisquella va publicar una columna setmanal a la contraportada del diari *Ara* des del desembre del 2010 fins al juny del 2013; uns articles escrits amb una sensibilitat especial, un centenar dels quals es recopilen en aquest llibre. La seva columna ("Pilot vermell") era un homenatge a situacions quotidianes, però alhora màgiques i transcendentals. L'escriptora Sílvia Soler signa el pròleg: "L'articulista és una pescadora d'instantos lleugers. Observa, té curiositat, enfoca i subratlla allò que habitualment ens passa per alt perquè forma part del paisatge habitual... I un cop ens ha il·luminat el detall, descabdella una reflexió aparentment senzilla, que sorgeix amb gran naturalitat i, finalment, ens esclata a la cara". Tatiana Sisquella (1978-2014) va començar la carrera a Barça TV i el seu nom es va popularitzar a RAC1, on va treballar als programes *El món a RAC1*, *Minoria absoluta* i *La segona hora*. Després treballaria a Catalunya Ràdio, a *El suplement* i, des del 2011, i fins que la salut li ho va permetre, a *La tribu*. També va col·laborar a 8TV i TV3.



## PERIODISMO TRANSMEDIA

Denis Porto i Jesús Flores | Editorial Fragua, 2012 | 141 pàgines

El concepte *transmèdia* implica una nova manera de narrar concebuda per explicar històries a través de múltiples plataformes i formats. L'evolució d'aquest concepte passa en l'actualitat perquè la narració es desenvolupi en diferents mitjans –com ara el mòbil, una pàgina web o el cinema– i suports, encara que utilitzant el llenguatge propi de cadascun. En un moment en què el periodisme busca una accentuació en totes les seves facetes, la lògica narrativa transmèdia troba un entorn ideal al fer que cada mitjà faci la seva pròpia aportació, única i diferenciada de la resta. Aquest llibre és el resultat d'investigacions, anàlisis i experiments sobre la narració transmèdiàtica i la seva adaptació al periodisme. Els autors, periodistes, ens conviden a conèixer un nou entorn comunicacional i una nova faceta de la professió. Jesús Flores és fundador de l'Observatori de Periodisme a Internet, investigador del Projecte Cybermedia. Denis Porto va realitzar la investigació postdoctoral sobre Periodisme Transmèdia per la Universitat Complutense de Madrid i desenvolupa una altra sobre Touch Hiperperiodisme per a la Universitat d'Aveiro (Portugal).



## LAS CARTAS DE LA PIRENAICA.

MEMORIA DEL ANTIFRANQUISMO

Armand Balsebre i Rosario Fontova | Ediciones Cátedra, 2014 | 590 pàgines

Radio España Independiente, l'emissora del Partit Comunista d'Espanya, va ser un potent altaveu per a l'antifranquisme entre els anys 1941 i 1977, moment en què van cessar les emissions a la seu de Bucarest després de la constitució del primer parlament democràtic. Durant aquests anys, i sobretot entre 1962 i 1967, des del programa *Correo de La Pirenaica* es van llegir les cartes que des d'Espanya, o des dels països de l'emigració, van esquivar la censura o les dificultats de comunicació per explicar les respectives experiències personals i expressar el desig de llibertat. Armand Balsebre i Rosario Fontova, autors d'aquest llibre, han analitzat el contingut de les cartes que s'han conservat, unes 15.500, identificant corresponents i oients, els "ulls i oïdes de La Pirenaica", entre els quals es troben antics combatents republicans, exiliats, expresoners, obrers, professors, mestresses de casa, escriptors o estudiants. Aquestes cartes, testimoni únic de les vivències d'aquestes persones, recullen un llarg memorial de greuges, començant pels dramàtics records de la Guerra Civil, les fosses comunes, les presons i les vexacions patides pels perdedors; i apleguen també experiències, com la peripècia dels immigrants que van abandonar casa seva o la lluita per la supervivència als suburbis.

## EL DOCUMENTAL INTERACTIVO. EVOLUCIÓN, caracterización y perspectivas de desarrollo

Arnau Gifreu Castells

Editorial UOC, 2013

255 pàgines



El *documental interactiu* és una nova manera d'explicar històries, que parteix de la narració i la interacció com a elements clau. Aquest nou format s'ha posicionat durant els últims anys dins de l'ecosistema mediàtic. L'eclosió del medi digital interactiu ha afectat les lògiques de producció, exhibició i recepció audiovisuals del gènere documental tradicional. Aquestes noves dinàmiques han transformat els processos comunicatius i la naturalesa dels diferents actors implicats que han permès l'aparició del que anomenem documental interactiu. Doctor en Comunicació i màster en Arts Digitals per la Universitat Pompeu Fabra, Arnau Gifreu presenta en aquest llibre un marc conceptual original amb l'objectiu de caracteritzar el nou format com a terreny audiovisual específic diferenciant-lo, a més, d'altres formes convencionals de documental i de no-ficció interactives.

## TELEPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL

José M<sup>a</sup> Castillo

Instituto RTVE, 2011

242 pàgines



Fa uns anys, era habitual veure un equip d'uns quatre especialistes cobrint una notícia per a la televisió. Normalment hi havia un periodista, un càmera, el realitzador i el tècnic de so. La revolució digital, però, ha canviat aquesta escena i ha reduït l'equip a dues persones o fins i tot a una. Això ha fet lògicament necessari que l'informador no pugui ser tan sols un bon professional explicant el que passa, sinó que ha de saber com funciona una càmera i com tractar el so. En definitiva, ho ha de saber fer tot. I el llibre neix amb la vocació d'ajudar-lo en aquesta nova tasca. A l'obra el lector adquireix una base teòrica a través d'una reflexió sobre la tècnica d'escriure per a les imatges i, després, una aproximació a la praxis del mitjà, descrivint els recursos existents per al periodista que s'enfronta a la càmera i a la resta d'elements del teleperiodisme digital. José M<sup>a</sup> Castillo ha treballat durant més de

trenta anys com a realitzador de programes de televisió i és professor universitari de Comunicació Audiovisual i Periodisme.

---

## 1976-2014. LA CRÒNICA DELS CANVIS

El periodisme a les comarques gironines

Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2014

197 pàgines



El present volum ha estat concebut com a catàleg de l'exposició amb el mateix nom, promoguda per la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes amb el suport de la Diputació de Girona. Els organitzadors pretenien, tal com

indica el títol, realitzar una mostra i un llibre que registrin precisament allò que va marcar l'època en cadascun dels períodes en què es pot dividir el temps transcorregut des del final de la dictadura franquista fins als nostres dies. Es fa un repàs pels fets mediàtics més importants que han tingut lloc a les comarques gironines –especialment aquelles notícies i imatges que han transcendit més enllà d'aquest territori– i també quina ha estat l'evolució, al llarg de tot aquest temps, dels mateixos mitjans de comunicació que els han aplegat. El recull de les grans notícies i la seva difusió ha estat possible gràcies a l'existència d'un sistema de comunicació propi de les comarques gironines.

---

## EL LIBRO BLANCO DEL EMPRENDEDOR WEB

Desarrolla con éxito tu negocio en Internet/Social Media

Javier Gosende

Ediciones Anaya Multimedia, 2014

287 pàgines



Vivim un present ple d'oportunitats, molt atractiu per als emprenedors. Els negocis en línia es multipliquen i representen una interessant opció per a moltes de les persones que perden la feina o simplement volen reorientar la carrera professional. No es tracta tan sols de tenir una ment emprenedora, plena d'imaginació i bones idees; també cal considerar els possibles dubtes i problemes. Javier Gosende Grela, l'autor d'aquest llibre, és un especialista molt reconegut en el camp de la consultoria i la formació

del màrqueting en línia a Espanya. Ens apropa en aquestes pàgines a un mapa de ruta amb tots els passos que cal conèixer per aconseguir l'èxit d'un negoci al web. Gosende és especialista en posicionament a buscadors, analítica web i xarxes socials, a més de professor a l'Escola de Negocis Fundesem, a Alacant.

---

## ANUARI MÈDIA.CAT. ELS SILENCIS MEDIÀTICS DE 2013

Anàlisi de tendències en informació i documentació

Grup de Periodistes Ramon Barnils

i Observatori crític dels mitjans

Pol·len Edicions, 2014

146 pàgines



Des de l'any 2008, s'han tancat prop de 300 mitjans de comunicació. Un context dramàtic en què, tal com denuncia el Grup de Periodistes Ramon Barnils, responsable d'aquest llibre, les pressions dels poders financers i polítics sobre la llibertat d'expressió són cada cop

més efectives. Aquest grup de professionals continua amb la feina que va començar amb la publicació del primer Anuari mèdia.cat dels silencis mediàtics, ara fa quatre anys. Fidels a la cita, treu a la llum 15 històries que durant l'any 2013 no van ocupar cap primera plana ni van obrir cap informatiu. "100 milions per a 16 escoles de l'Opus Dei", "51 imputats i vuit condemnes" o "Cañete i Matutes, els més beneficiats per la llei de costes" són alguns dels títols de les històries recollides. El projecte ha estat possible gràcies al finançament col·lectiu i al suport de sis universitats i del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

---

## DIRECTORIO DE FOTÓGRAFOS EN ESPAÑA (1851-1936)

M<sup>a</sup> José Rodríguez Molina

i José Ramón Sanchis Alfonso

Archivo General y Fotográfico de la

Diputación de Valencia, 2013

Vol. 1 i 2: 1.021 pàgines



El present treball és un complet directori d'uns 9.000 fotògrafs. Es tracta d'una compilació ordenada de la informació de tots els professionals que apareixen anunciats als anuaris i guies comercials d'Espanya, incloent-hi també les possessions ultramarines, el Protectorat del Marroc i altres possessions africanes. A mitjan segle XIX, es va posar

de moda l'edició de guies i anuaris comercials en les principals ciutats europees, que aviat va ser imitada a Espanya. A part de la gran dificultat tècnica de la confecció, el principal problema era que aquest tipus de publicació resultés rendible i fos acceptat per la gent, cosa que va passar en molt pocs casos. Els autors del directori van fixar com a data d'inici el 1851, any en què van localitzar per primera vegada professionals de la fotografia, en aquest cas daguerrotipistes, anunciats en una guia comercial de Madrid. La data final la van fixar en l'any 1936, quan després de la postguerra es fa evident un empobriment dels materials fotogràfics, motivat sobretot per les dificultats per a la producció i la importació.

---

## LAS CUATRO ESTACIONES DE ATENAS

Mariangela Paone

Libros del K.O., 2014

159 pàgines



En un futur, els llibres d'història explicaran la gran crisi que va patir Grècia. Hi inclouran dades tan salvatges com que la "gran recessió" va sumir en la pobresa una quarta part de la població grega. Però el que és segur és que no hi haurà lloc per a totes les minúscules històries que s'amaguen darrere

d'un desastre d'aquestes dimensions. L'autora del llibre, la periodista Mariangela Paone, va viatjar diverses vegades a Grècia al llarg d'un any. Fruit d'aquests viatges, va anar construint un relat sobre la realitat grega. Una realitat amb botigues al centre d'Atenes on es venen màscares antigues; cues de beneficència només per a grecs organitzades per Alba Daurada o la cassola de trenta litres que Consta, aturat, passeja per Atenes per repartir menjar a tothom; metges que cobren suborns per atendre pacients o els que munten ambulatoris per atendre immigrants sense papers i grecs sense assegurança mèdica. Mariangela Paone va començar a treballar amb 18 anys en un diari local de Calàbria. Va cursar el màster d'El País, mitjà per al qual treballa des de llavors.

---

*Tots els llibres d'aquesta secció es poden trobar al Centre de Documentació Montserrat Roig i estan disponibles en préstec per als col·legiats.*





# Darcy Padilla

## THE JULIE PROJECT

El 28 de gener de 1993, la fotògrafa Darcy Padilla va conèixer Julie Baird i la seva filla Rachael, a les quals va fer aquesta fotografia. La Julie va entrar en una espiral de pobresa, drogues, VIH i va tenir sis fills (dels cinc primers, en va perdre la custòdia). Una història que Padilla va documentar durant dues dècades (*The Julie Project*) i que, fins al 21 de setembre, es pot veure a l'Arts Santa Mònica ("Family Love"). La mostra, organitzada per la Fundació Photographic Social Vision, forma part del festival docfield>14. Properament, aquest treball de Padilla veurà la llum en format llibre a França (Éditions de la Martinière) i, algun dia, espera fer-ne un documental amb els centenars d'hores que té gravades en vídeo.

— • LA FOTO • —

## JOSÉ MARÍA MILAGRO PASCUAL

El 5 de maig va morir José María Milagro Pascual a noranta anys. Havia nascut a Alfaro (La Rioja) i va pertànyer a l'ordre dels dominics fins al 1962. Va impartir classes en diverses escoles i també va ser professor de l'Escola Oficial de Periodisme. Al llarg de l'exercici de la professió, va rebre diversos premis, com el de millor programa religiós per *Cel obert*, de Ràdio Nacional. En aquesta emissora, va despertar molt d'interès un altre programa seu, *El semáforo*. El 1965, va rebre el premi Turisme (pels articles sobre el camí de Santiago) i, el 1977, amb motiu del centenari de les Confederacions Hidrogràfiques, va ser premiat pel Ministeri d'Obres Públiques per una sèrie de reportatges publicats a *La Vanguardia*. A partir d'aleshores, es va convertir en especialista en obres públiques i infraestructures.

## PASCUAL GÓMEZ APARICIO

El periodista Pascual Gómez Aparicio va morir, el 25 de maig, víctima d'una llarga malaltia. Nascut a Barcelona el 1925, va ser col·laborador de *La Hoja del lunes*, entre els anys 1943 i 1944; redactor del *Diari de Barcelona*, entre 1943 i 1977, i director de l'agència Rede press, entre 1968 i 1980. Per una destacada activitat professional va ser nomenat President d'Honor de Gallery Hoteles.

## JOAN ANFRUNS I BADIA

El periodista ebrenc Joan Anfruns i Badia va morir, el 27 de maig, a cinquanta-sis anys. Va iniciar la trajectòria professional de comunicació a Ràdio Tortosa (Radiocadena Española), on va realitzar i presentar diversos programes de caràcter musical. El 1986, es va incorporar a Radio Reloj Tortosa-Cadena Catalana, posteriorment, a Cadena Rato i, després, a Onda Cero Radio. Aquesta cadena va ser la primera que va emetre des de la capital del Baix Ebre i, des d'aquí mateix, Anfruns va presentar diferents programes d'informació. També va ser el primer periodista a dirigir i presentar tertúlies radiofòniques sobre l'actualitat tortosina i les Terres de l'Ebre. Des de feia anys, era víctima de l'ELA (esclerosi lateral amiotròfica) que se li va diagnosticar el 2008. Va fer front a la malaltia protagonitzant el programa *L'endemà*, de TV3, i des d'un bloc (*Lluitant contra l'ELA*). L'abril del 2010, va rebre —juntament amb la periodista Pilar Rodríguez— uns dels Premis Micro.



Foto: Demarcació Terres de l'Ebre

## JULI BOU I GIBERT

Juli Bou va morir, el 22 de juny a vuitanta-quatre anys. Nascut el 1930, com a periodista havia treballat, al principi, a l'agència Europa Press, així com a la informació gràfica. El 1956, es va fer càrrec de la direcció de *Lecturas*, publicació nascuda com a suplement d'*El Hogar y la Moda*. Sota el seu lideratge, *Lecturas* amb els seus reportatges gràfics de famosos, es va convertir en tot un referent de les revistes del cor. Bou va dirigir el popular setmanari fins a la jubilació, el 1995. Estava casat i tenia set fills.



Foto: Lecturas

## JOSÉ MARÍA HERNÁNDEZ PIJUAN

El 12 de juliol, va morir a Barcelona a vuitanta-set anys, José María Hernández Pijuan. En l'inici de la carrera, va ser redactor d'*El Noticiero Universal*, concretament entre els anys 1957 i 1959. El 1971, va desenvolupar el càrrec de director de Gestión y Servicios. A més, era un gran lector de poesia i comentarista d'aquest gènere literari. Forma part dels periodistes aplegats en el Catàleg de Periodistes Espanyols del segle xx.

## JORDI GABERNET CASTELLÓ

El passat 7 d'agost va morir Jordi Gabernet, redactor en cap del diari *Segre*, en un accident de trànsit que va tenir lloc a la carretera N-11 a l'altura de Cervera. Gabernet, veí de Tàrraga, tenia quaranta-quatre anys i feia vint anys que treballava al rotatiu lleidatà, on s'havia especialitzat en temes de comarques i, com a cap de redacció, era el responsable de política del rotatiu.



Foto: Segre



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

ESTHER TAPIA, DIRECTORA DE REVISTES DE ZETA. El Consell d'Administració del Grupo Zeta nomena la periodista Esther Tapia Sanz nova directora general de l'Àrea de Revistes per competir en el mercat de les noves tecnologies i incentivar les empreses. Tapia és enginyera de Telecomunicació per la Universitat de Saragossa. En disset anys d'experiència, ha treballat a Telefónica, Hachette Filipacchi i a la xarxa social financera Unience.



Foto: Arxiu

Tapia estrena càrrec al grupo Zeta.

### 2 de maig

VICENÇ RELATS, PREMI CADAQUÉS A CARLES RAHOLA. El periodista Vicenç Relats és el guanyador de la 31 edició del premi periodístic Cadaqués a Carles Rahola. El guardó és un dels tres premis literaris que es lliuren dins de la setmana cultural d'aquest municipi. Relats ha estat premiat per l'article "En Firmo de Cadaqués", que tracta de la memòria viva de la guerra, de l'exili, de la deportació, del franquisme i també d'un segle de la vida del poble. L'escrit es va publicar al número 283 de la *Revista de Girona*.

### 3 de maig

DIÀ MUNDIAL DE LA LLIBERTAT DE PREMSA. Enguany, el Dia Mundial de la Llibertat de Premsa se centra en tres temes: la importància dels mitjans de comunicació en el desenvolupament, la seguretat dels periodistes i la sostenibilitat i integritat del periodisme. El Col·legi de Periodistes, que cada any se suma a la commemoració, recorda que els mitjans de comunicació són vitals en el desenvolupament de les societats democràtiques i reivindica les garanties de seguretat per als professionals del periodisme. En aquesta edició, Reporters sense Fronteres inicia una nova campanya titulada "Tweet sin palabras" amb l'objectiu de recordar la manca de llibertat d'informació que pateixen els periodistes.

FESTA DE LES REVISTES A TORTOSA. Les revistes *Descobrir*, *Sàpiens* i *Cuina* organitzen a Tortosa la Festa de les Revistes, una jornada organitzada amb l'Ajuntament de Tortosa que coincideix amb la fira multisectorial "Expobreb", que té lloc al pavelló firal fins al 4 de maig. En aquest espai, es desenvolupen diferents activitats i una mostra de fotografies realitzades pels col·laboradors de les revistes.

### 4 de maig

ANTONIO CAÑO, NOU DIRECTOR D'EL PAÍS. El periodista Antonio Caño, fins ara corresponsal d'El País a Washington, assumeix avui la direcció del diari que es fa efectiva després que el Consell d'Administració n'annunciés el nomenament el 26 de febrer. Caño substitueix Javier Moreno, que ha estat al capdavant de la direcció del diari de Prisa durant sis anys. Caño, de cinquanta-set anys, és natural de Martos (Jaén). Llicenciat en Periodisme per la Universitat Complutense de Madrid, es va incorporar a *El País*, el 1982, després del seu pas per l'agència EFE.

### 5 de maig

XERRADA D'ALBERT GONZÁLEZ A LLEIDA. La demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes acull un cafè-tertúlia amb el fotoperiodista lleidatà Albert González qui, des de 2009, treballa com a fotògraf a Darfur (Sudan) en el si del departament de Comunicació i informació pública d'UNAMID, una de les missions de pau més grans del món de les Nacions Unides. Moltes de les seves fotografies s'han pogut veure en mitjans com la BBC, *Los Angeles Times* o *The Guardian*. González va mostrar tres estadis d'aquesta zona del Sudan: el conflicte, la postguerra i el dia a dia. Les fotografies exposen la duresa del conflicte amb les víctimes —els civils— com a grans protagonistes.



Foto: CPC Lleida

Un moment de l'acte amb el fotoperiodista.

EL COL·LEGI PROTESTA PELS BLOCS ELECTORALS. El Col·legi de Periodistes de Catalunya denuncia en un manifest els blocs electorals de la campanya de

les eleccions europees, ja que "una vegada més es vulneraran els drets dels ciutadans a ser informats lliurement, sense imposicions polítiques". Presenten el manifest la degana, Neus Bonet, i el periodista Carles Prats, membre de la Junta del Col·legi. Bonet assenyalava que, des de fa trenta anys, es reclama una nova Llei Electoral Catalana. Nombrosos periodistes europeus s'han sumat al manifest del Col·legi en contra dels blocs.

### 7 de maig

CONVOCATÒRIA DELS PREMIS GABINETS DE COMUNICACIÓ. El Col·legi de Periodistes convoca els VI Premis Gabinet de Comunicació amb el propòsit de reconèixer i impulsar la feina dels professionals dels Gabinet de Comunicació i fomentar la bona pràctica dels periodistes de fonts. Aquests guardons de periodicitat anual premien el Millor Pla de Comunicació i la Millor Estratègia de Comunicació Interna i, enguany, també guardonarà el millor Portaveu que, durant el 2013, hagi informat als mitjans des d'una organització, empresa o institució.

TARRAGONA RENOVA L'ACORD AMB REPSOL. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes renova l'acord de col·laboració amb Repsol per diverses accions de comunicació. La presidenta de la Demarcació, Sara Sans; i el responsable de comunicació de Repsol a Tarragona, Josep Bertran, signen el compromís iniciat l'any passat. Repsol patrocina el cicle de conferències "Experiència de Periodista", que tenen lloc a la Universitat Rovira i Virgili (URV) i en les quals participaran els periodistes Fàtima Llambrich, Antoni Bassas i Josep Martí Gómez.



Foto: Repsol

Sans i Bertran en el moment de la signatura.

### 10 de maig

NOVA REVISTA DIGITAL SOBRE EL BENESTAR. *MASS Bienestar* és la nova revista digital del diari *El Economista*, que apareix per primera vegada al seu web. La publi-

ció afronta el tema del benestar des de l'òptica de l'Organització Mundial de la Salut i des d'aspectes molt amplis: físic, mental, espiritual i social. El projecte està dirigit i editat per la periodista i escriptora Marta Robles. La directora explica que és una publicació "per a dones i per a homes" en què "tothom hi pot participar perquè en totes les seccions hi ha consultoris".



**AMICS DE LA UNESCO RET UN HOMENATGE A VILAMITJANA.** Doble homenatge a Girona en el marc del projecte "Espriu al Mercat". Per una banda, Amics de la Unesco dedica en el Dia d'Europa un homenatge a l'escriptor i professor gironí, Jordi Vilamitjana, traspassat recentment. Per una altra banda, en record del poema d'Espriu "M'han demanat que parli d'Europa". El president de la Demarcació de Girona, Joan Ventura, llegeix extractes del llibre *Les roques i el mar, el blau* també d'Espriu i l'escriptor i periodista, Narcís Jordi Aragó en fa una interpretació.



### 11 de maig

**L'ARA ESTRENA SUPLEMENTS.** El diari *Ara* presenta dos nous suplementes per al diumenge. Es tracta d'*Ara Diumenge* i *Rar*. El primer, explica el diari, "neix de la bona resposta expressada pels lectors als dossiers que el rotatiu ofereix, sobretot el cap de setmana, en què hi ha més temps per llegir". *Ara Diumenge*, de 24 pàgines, inclou reportatges, entrevistes i cròniques. Incorporarà, tanmateix, quatre pàgines dedicades a ciència i afers internacionals. D'altra banda, *Rar* és una porta oberta per parlar de viatges i estil de vida a través d'un personatge que actuarà de fil conductor.



### 12 de maig

**LA CCMA ATURA LA VENDA DE LA PUBLICITAT DE TVC.** El Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) acaba aturar l'externalització de la gestió de la publicitat de Televisió de Catalunya a causa de les "millors perspectives d'ingressos de l'ens el 2014." La suspensió del concurs s'ha aprovat amb el vistiplau de quatre consellers (Brauli Duart, Núria Llorach, Antoni Pemán i Josep Vilar), mentre que el representant del pp, Armand Querol, s'hi ha abstingut. Els treballadors de TV3 i Catalunya Ràdio sempre han rebut els arguments per privatitzar la publicitat de la cadena. El comitè d'empresa es felicita per la decisió en un comunicat.



### 13 de maig

**LA DIPUTACIÓ AMB LA JUNTA DE LLEIDA.** La nova junta de la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes es reuneix amb el president de la Diputació, Joan Reñé, en el marc de la ronda de visites institucionals que la junta porta a terme des del nomenament. El president, Rafà Gimena; el vicepresident, Jesús Riverola, i el tresorer, Josep Ramon Ribé, han explicat al president de la Diputació les línies d'actuació de la nova junta. La Demarcació i la Diputació col·laboren, des del 1999 amb la cessió d'ús de la seu de la Demarcació, propietat de l'ens provincial. El conveni contempla la col·laboració del Col·legi en la difusió de notícies, esdeveniments i temes relacionats amb la Diputació, les entitats locals i el territori.



Foto: Diputació Lleida

Reñé amb els membres de la Junta.



### 14 de maig

**MARXEN LES DIRECTORES DE LE MONDE I THE NEW YORK TIMES.** En un mateix dia, dimiteixen la directora de *Le Monde*, Natalie Nougayrède i la del *The New York Times*, Jill Abramson. La primera ja feia catorze mesos que ocupava el càrrec i ha renunciat a causa de la resistència de la redacció a adaptar el diari al projecte digital. La setmana anterior, ja havien dimittit set redactors en cap. Dies després, van plegar els dos directors adjunts. Pel que fa a Abramson, cessa el càrrec que ocupava, des de feia prop de tres anys, en una decisió que ha causat sorpresa i de la qual encara es desconeixen les causes per tractar-se d'una veterana periodista d'investigació que havia dirigit la delegació a Washington. Abramson ha estat substituïda pel director adjunt, Dean Baquet.



**XAPES CONTRA BLOCS ELECTORALS.** El Col·legi de Periodistes reparteix a les redaccions i als periodistes xapes contra els blocs electorals als mitjans públics. El Col·legi va denunciar, en un manifest datat del 5 de maig, l'essència d'aquests blocs que considera "un estat d'excepció informativa" i "una anomalia a Europa". La xapa reclama Sí a la informació i No a la imposició.



### 16 de maig

**CÈLIA QUINTANA I SEBASTIÀ ROCA, PREMIS A LA SEGURETAT VIÀRIA.** Els periodistes Cèlia Quintana, de Catalunya Ràdio, i Sebastià Roca, de TV3, són premiats en la primera edició dels guardons a la Seguretat Viària, que atorga el Servei Català de Trànsit. Aquests premis es lliuren poc abans de la cloenda del VI Congrés Internacional sobre Polítiques Europees de Trànsit. Des de fa 25 anys, Quintana treballa al departament d'Informatius de Catalunya Ràdio i Roca, amb 30 anys de trajectòria a TV3, actualment és al capdavant de *KM0*.



### 17 de maig

**EL FUTUR DE LA PREMSA DE PROXIMITAT, A DEBAT.** L'Associació Catalana de Premsa Comarcal celebra una convenció dedicada al futur de la premsa local i comarcal. Els reunits, encapçalats pel president de l'ACPC, Carles Ayats, analitzen el creixent nivell de la publicitat en el format digital de les publicacions locals que a l'Estat espanyol arriba a un 20% i a Catalunya a un 11%. L'Associació lliura els Premis Premsa Comarcal a les millors portades de l'any. El guardó a la millor portada de publicació bimestral o trimestral és per a l'*Avenç*.



### 20 de maig

**INAUGUREN LA DEMARCACIÓ DE LA CATALUNYA CENTRAL.** El Col·legi de Periodistes de Catalunya presenta la nova demarcació de la Catalunya Central a Manresa amb una conferència sobre Europa a càrrec del periodista Carles Prats, vocal de la Junta del Col·legi, corresponsal a Brussel·les durant tres anys i presentador de *TN Migdia* de TV3. Presideixen la inauguració la degana del Col·legi, Neus Bonet; l'alcaldede de Manresa, Valentí Junyent, i el president de la Demarcació, Gonçal Mazcuñan, fundador i director durant vint-i-quatre anys del *Regió 7*. L'acte inaugural arrenca a l'interior de l'auditori amb música de Carles Casas Trio. La nova seu de la Demarcació està ubicada a Plana de l'Omo.



Foto: Eduard Font

Mazcuñan, Bonet i Prats durant la inauguració.



## 21 de maig

**NIT DE LA PREMSA EN CATALÀ.** Les tres associacions de publicacions en català (l'APPEC, en revistes; l'ACPC, en premsa comarcal, i l'AMIC, de premsa gratuïta i mitjans digitals) celebren conjuntament, per primer cop, la trobada anual de la Nit de les Revistes i la Premsa en què es lliuren els guardons als millors editors i publicacions. Entre els premiats hi destaquen *Cavall Fort*, com a millor empresa editora; *Vallesos*, com a millor revista premiada per la recuperació de la memòria històrica. *Som Garrigues*, l'agenda de Barcelona, *Butxaca*, la científica *Auriga* i la *Revista de Banyoles* també han estat guardonades.

## 23 de maig

**GRAN RECORREGUT, DE TV3, GUANYA EL CRISTINA REQUENA.** La direcció del programa *Gran Recorregut (GR)* del canal 33 de TVC resulta guanyadora de la 28a edició del premi Cristina Requena i Giró de Periodisme organitzat per la Fundació Ciutat de Valls. El programa s'emet al canal 33 i té com a objectiu donar a conèixer paisatges i indrets del territori català des d'una òptica documental.

**ENTREGUEN ELS ORTEGA Y GASSET.** La 31a cerimònia d'entrega dels Premis Ortega y Gasset, que atorga el diari *El País*, té lloc a Madrid en un acte que reuneix personalitats del món de la política, l'economia, la cultura i els mitjans de comunicació. El director del *The Guardian*, Alan Rusbridger, els joves reporters Pablo Ferri, Alejandra Sánchez Inzunza i José Luis Pardo, els periodistes Mónica Ceberio i Álvaro de Cózar i el fotògraf Pedro Armestre són alguns dels guardonats d'enguany.



Foto: El País

Foto de família dels diferents guardonats.

## 27 de maig

**EL COL·LEGI REBUTJA ELS ACTES VANDÀLICS.** El Col·legi de Periodistes fa públic un comunicat en què "condemna i rebutja" els actes vandàlics que es produeixen, des de fa dues nits, a Sants contra diferents

mitjans de comunicació i periodistes que informen sobre la manifestació pel desallotjament del centre Can Vies, on des de feia disset anys s'hi albergaven okupes. "Qualsevol coacció o acte de violència envers els professionals de la informació, vingui d'on vingui, és del tot inacceptable", diu la nota.

## 28 de maig

**CONTRA LES COMPAREIXENCES SENSE PREGUNTES.** El Col·legi de Periodistes comunica al Govern el malestar que ha provocat entre la professió el fet que el dia anterior no es poguessin fer preguntes durant la compareixença de Manel Prat, director dels Mossos d'Esquadra, per anunciar als mitjans la seva dimissió. El Col·legi lamenta aquest tipus de compareixences davant la premsa, ja que haurien de tenir per objectiu donar explicacions a l'opinió pública i respondre a les preguntes dels informadors.

## 29 de maig

**LLIURAMENT DELS PREMIS RÀDIO ASSOCIACIÓ.** Té lloc el lliurament dels premis Ràdio Associació, que han guardonat Francesc Mauri, com a millor professional de ràdio. També guardonen *El foraster*, de TV3, en reconeixement a la divulgació del territori, mentre que *El fanalet* de Montcada Ràdio rep un premi especial per la retransmissió de la Diada i RAC1 obté el premi Innovació pel programa *Cap per avall* en la celebració, el febrer, del Dia de la Ràdio. També s'han atorgat mencions d'honor a Joan Manuel Surroca per una vida dedicada al periodisme esportiu, a Josep Puigventós per documentar el món de la sardana des de Ràdio Rubí, per Jordi Tardà com a referent de l'àmbit del periodisme i la crítica musical, a més del programa *Fes ta festa* pel suport a la cultura popular, primer, des de Ràdio 4 i, després, des d'Internet.

## 30 de maig

**MARGINEDAS, PREMI CIRILO RODRÍGUEZ.** Marc Marginedas, periodista i corresponal d'*El Periódico* en zones de conflicte, rep el premi Cirilo Rodríguez, que reconeix la trajectòria dels corresponals i enviats especials de mitjans espanyols a l'estranger. El jurat en destaca la dilatada carrera com a corresponal i enviat especial, i reconeix el seu rigor i valentia un cop més al patir l'any passat un captiveri de sis mesos a Síria. Els periodistes Ángeles Espinosa –especialitzada en Orient Mitjà d'*El País*– i Javier Martín –delegat d'EFE a Israel i Palestina– hi queden finalistes.

**ARMENGOU I BELIS, PREMI PLANES.** Els periodistes Montserrat Armengou i Ricard Belis reben a Manresa el Premi Josep Maria Planes de Periodisme d'Investigació, que atorga la Fundació Independència i Progrés. El documental pel qual han estat premiats va ser emès per TV3 a l'espai *Sense Fició* i explorava la memòria oblidada de milers de persones enterrades al Valle de los Caídos.

## 31 de maig

**LLEIDA DENUNCIA L'AGRESSIÓ A UNA PERIODISTA.** La Junta de la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya condemna l'agressió que va patir la periodista de l'Agència Catalana de Notícies (ACN) a Lleida el 28 de maig, mentre cobria la manifestació de protesta per la demolició de Can Vies. La professional de la informació va explicar a responsables de la demarcació del Col·legi que un manifestant li va llançar pintura vermella que li va esclatar a sobre tacant-li el cos, la roba i la càmera de vídeo.

## JUNY

### 3 de juny

**LLUÍS FOIX, PREMI QUIM REGÀS.** El periodista Lluís Foix (Rocafort de Vallbona, 1943) rep al Parlament el Premi Quim Regàs de Periodisme. El jurat ha guardonat una trajectòria dilatada en què hi destaquen els vuit anys que va ser corresponal de *La Vanguardia* a Londres i tres anys a Washington. Ha estat director, director adjunt i subdirector de *La Vanguardia*.



Foix amb les autoritats i els membres del jurat.

**PEDRO J. RAMÍREZ PRESENTA LLIBRE A LLEIDA.** Pedro J. Ramírez, exdirector d'*El Mundo*, presenta als periodistes lleidatans el llibre *La desventura de la libertad, José María Calatrava i La caída del régimen constitucional español en 1823*. En el transcurs d'un dinar-tertúlia organitzat pel Col·legi de Periodistes, Pedro J. de-

parteix amb mig centenar de companys de professió sobre el present i el futur del periodisme. No defuig cap de les preguntes que se li fan (procés sobiranista català, cas Bárcenas, monarquia, entre altres).



**LLIURAMENT DELS PREMIS REGIÓ 7 I TVM.** L'auditori de la Plana de l'Om de Manresa acull la vetllada dels Premis de Regió 7 i TVM en la vuitena edició. S'han lliurat guardons a entitats, col·lectius i professionals destacats en diferents especialitats a la Catalunya Central. Presenta l'acte el director de *Regió 7*, Marc Marcè, i lliuren el guardons el president de la nova demarcació del Col·legi de Periodistes, Gonçal Mazcuñan; el conseller d'Empresa i Comunicació de la Generalitat, Felip Puig; l'alcalde de Manresa, Valentí Puig, i la periodista de TVM Queralta Casals. El premi dedicat a la Comunicació recau en el periodista Francesc Escribano.



#### 4 de juny

**PRESCRIU EL DELICTE ECONÒMIC DEL CAS EGUNKARIA.** La titular de la Sala Penal número 3, Carmen Zubimendi, declara extingida la responsabilitat econòmica del cas Egunkaria, el diari en eusquera, després que l'Audiència Nacional absolgués, l'abril de 2010, cinc directius del periòdic que havien estat presumptament acusats de pertànyer a ETA, amb el consegüent tancament del diari. La jutge considera prescrits els delictes econòmics entorn la comptabilitat de l'empresa editora els anys 1998 i 2001, ja que han transcorregut més de cinc anys des de l'acusació. El president de Sortu, Hasier Arraiz, es pregunta "què farà ara l'Estat per reposar *Egunkaria* i els seus directius a la posició prèvia que tenia a l'inici".



#### 5 de juny

**EL COL·LEGI, CONTRA LA CENSURA.** El precipitat canvi de portada del setmanari satíric *El Jueves* en què s'expressava l'abdicació del rei a favor del seu fill Felip, motiva l'aparició d'un comunicat del Col·legi de Periodistes "contra qualsevol mena de censura i a favor de la llibertat d'expressió". "El nostre és un compromís amb la llibertat d'expressió com a dret fonamental —diu el comunicat— i és per això que estem totalment en contra del que denuncia un col·lectiu de professionals de la redacció del setmanari *El Jueves*". Un grup de professionals van decidir, amb motiu de la censura a la portada, trencar la relació amb *El Jueves*.



**COM ES GENERAVA L'OPINIÓ PÚBLICA EL 1714?** El Col·legi de Periodistes celebra una taula rodona al voltant de l'exposició "1714. Notícies i propaganda", instal·lada a la seu de Barcelona. Hi participen el catedràtic de la UPF, Jaume Guillaumet, comissari de l'exposició, i els periodistes Rafael Nadal i Àlex Gutiérrez. Toni Soler, comissari dels actes del Tricentenari, modera la taula. Soler qualifica el 1714 com "un moment de canvis a Europa" on s'intentava influir en l'opinió de la gent. Guillaumet diu que la guerra de Successió va ser "la primera guerra d'opinió" prèvia al periodisme dels segles XIX i XX. Segons Nadal, hi va haver en la Successió, una opinió "estable, ben informada i amb un control polític del que estava bé o malament", mentre que Gutiérrez veu que aquell periodisme incipient "va ser la lluita del periodisme contra el silenci. Ara va contra el soroll".



Foto: Ignasi R. Renom

Soler, Guillaumet, Nadal i Gutiérrez durant l'acte.



#### 7 de juny

**TARRAGONA LLIURA ELS PREMIS DE COMUNICACIÓ.** El Teatre Auditori de Salou acull el lliurament de la segona edició dels Premis de Comunicació de Tarragona organitzats per la República Checa i la revista *+Actual*. El fotògraf del *Diari de Tarragona* Pere Ferré guanya el premi a la millor imatge. Altres guardonats són *La Vila* (premsa local), Mideac Bertran (millor trajectòria professional) i el meteoròleg Tomàs Molina (premi nacional), entre altres.



#### 9 de juny

**CADENA PERPÈTUA PER ALS ASSASSINS DE POLITKOVSKAIA.** La Justícia russa condemna a cadena perpètua dos dels assassins de la periodista Anna Politkovskaia, redactora de *Nóvia Gazeta*, assassinada el 7 d'octubre de 2006 al portal de casa seva. La família i els companys de la revista no donen el cas per tancat i volen saber qui va ordenar el crim. "Estarem satisfets quan tots siguin castigats", diuen. Politkovskaia era una de les periodistes més crítiques amb la política de Putin. Va morir quan preparava un article contra la pràctica de tortures a Txetxènia.



#### 10 de juny

**CRÍTIC, UN NOU MITJÀ DIGITAL.** Els periodistes Roger Palà, Sergi Picazo i Joan Vila han creat *Crític*, una nova plataforma digital que publicarà un únic contingut d'actualitat al dia, de dilluns a divendres. Serà un mitjà especialitzat en periodisme d'investigació i apareixerà el setembre. El projecte ha nascut arran de l'Anuari Media.cat de silencis mediàtics, que impulsa el Grup Barnils, coordinat per Palà i Picazo. El fundadors del nou mitjà asseguren que buscaran "totes les fonts i tots els contextos per fer un periodisme crític que no caigui en el pamflet o el partidisme i no depengui dels sectors econòmics i financers". *Crític* estarà finançat per subscripció popular així com per les aportacions d'una cinquantena de socis fundadors.



**SANT GENÍS DELS AGUDELLS JA TÉ RÀDIO.** L'Associació de Veïns de Sant Genís dels Agudells estrena ràdio en línia amb l'objectiu de difondre la història, les entitats, els comerços, festes, així com tot el que pugui interessar als veïns. Per accedir-hi només cal baixar-se una aplicació.



#### 11 de juny

**ENTREGA DEL PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN.** El Col·legi de Periodistes celebra a la seu de Barcelona l'entrega dels Premis Manuel Vázquez Montalbán de Periodisme en la desena edició. En l'apartat de periodisme polític i cultural, s'atorga el guardó als tres periodistes segrestats durant sis mesos a Síria: Marc Marginedas d'*El Periòdic*; Javier Espinosa, d'*El Mundo* (que no ha pogut assistir a l'acte per residir al Líban), i Ricard García Vilanova, fotògraf freelance. En la categoria de Periodisme Esportiu, convocat conjuntament amb la Fundació del Barça, el premi recau en Sergi Pàmies. Presideix l'acte de lliurament el conseller de Cultura, Ferran Mascarell, acompanyat de la degana del Col·legi, Neus Bonet, i del president del Barça, Josep Maria Bartomeu.



Garcia Vilanova, Marginedas i Pàmies.

Foto: Ignasi R. Renom



## 12 de juny

REUS ENTREGA EL PREMIS GAUDÍ-GRESOL. FiraReus acull els premis Gaudí-Gresol a la Notorietat i a l'Excel·lència. Els guardonats són Enric Hernández, director d'*El Periódico* (Periodisme); Imanol Arias (Cine, tv i Art dramàtic); Lluís Bassat (Ciències de la Comunicació); Ignasi Buqueras (Sociologia); Anna Ferrer (Obra social); Pau Gasol (Esports); Ángeles González Sinde (Literatura); Nandu Jubany (Gastronomia); Erwin Rauhé (Lideratge empresarial) i Etsuro Sotoo (Belles arts).

## 13 de juny

TARRAGONA ENTREGA LES PETXINES. La demarcació de Tarragona del Col·legi celebra al Centre d'Art Cal Massó de Reus la Festa de les Petxines de la Informació en la 22a edició. Els col·legiats voten la millor i pitjor font d'informació dels últims dotze mesos, mentre que la Petxina Daurada reconeix una trajectòria professional. Enguany s'atorga a Enric Pujol que durant trenta-quatre anys ha treballat a Radio Nacional i és autor de nombrosos llibres. L'associació provincial de paràlisi cerebral La Muntanyeta ha estat guardonada amb la Petxina Oberta pel rigor, diligència i efectivitat als requeriments dels periodistes, mentre que la Petxina Tancada, un toc d'atenció a la font informativa que ha entorpit la feina dels mitjans, és per a Javier Ruiz, jutge-degà dels Jutjats de Reus.



Foto: Ivet Batet

Els guardonats de les Petxines d'aquesta edició

## 14 de juny

VINT ANYS DEL SINDICAT DE LA IMATGE. El castell de Palol de Refardt, al Pla de l'Estany, és l'escenari escollit pel Sindicat de la Imatge (UPIFC) per celebrar el vintè aniversari. L'alcalde de Palol, Jordi Xargay, i el secretari de la UPIFC, Pere Monés, inauguren la diada que compta amb exposicions, conferències, la projecció de documentals i un mercat de fotografia. Entre els assistents, hi ha el fotògraf de *National Geographic*, Tino Soriano, i David Couso, germà de José Couso assassinat a Bagdad per les forces de l'exèrcit nord-americà durant la guerra de l'Iraq.

## 17 de juny

NOVA FEDERACIÓ DE PREMSA EN CATALÀ. Les principals associacions de premsa de Catalunya constitueixen la Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals en Català que agrupa més de 500 capçaleres en català. La constitució té lloc al Palau de la Generalitat en un acte presidit pel conseller de Presidència, Francesc Homs. També hi participa Josep Martí, secretari de Comunicació. Dels impulsors hi assisteixen Carles Ayats, president de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal i Local; Alfons Udina, de l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació i Lluís Gendrau, de l'APPEC.

CONFERÈNCIA DE MANEL ALÍAS. La Biblioteca Ramon Vinyes i Cluet de Berga acull el primer acte de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, recentment estrenada. El periodista bergadà Manel Alías és el protagonista de l'esdeveniment amb una xerrada sobre "Els reptes del món educatiu a Catalunya, la perspectiva d'un periodista a les aules". Alías defensa el paper a les redaccions dels periodistes especialitzats com un factor essencial per oferir una informació "acurada i entenedora". Participen a l'acte Gonçal Mazcuñán, president de la Demarcació, i l'alcalde de Berga, Juli Gendrau. Alías treballa als serveis informatius de Televisió de Catalunya.



Foto: Abel Gallardo

Manel Alías durant la conferència a Berga.

## 18 de juny

PRESENTEN *ORGULLO I SATISFACCIÓN*. Manel Fondevila el dibuixant que va deixar *El Jueves* després que l'editor retirés una portada sobre el relleu reial, presenta a Internet *Orgullo i Satisfacción*, una publicació de pagament que en vuit hores ha tingut 15.000 descàrregues. Fondevila ho explica davant una quarantena de persones reunides a la seu de la Demarcació de la Catalunya Central i assegura que ha renunciat a la feina de la revista satírica per mantenir les seves idees. El ninotaire defèn la independència per a les publicacions satíriques.

## 23 de juny

EGIPTE CONDEMNA TRES PERIODISTES D'AL-JAZIRA. La justícia egípcia condemna tres periodistes del canal Al-Jazira de parla anglesa a condemnes entre set i deu anys de presó per haver difós, segons la sentència, notícies falses sobre Egipte i col·laborar amb els Germans Musulmans. Els acusats neguen els fets dels quals se'ls acusa sense cap prova. Els condemnats són el corresponal australià Peter Greste, l'egipci amb nacionalitat canadenc Mohamed Fahmy (ambdós reben una pena de set anys de presó) i l'egipci Baher Mohamed, sentenciat a deu anys de reclusió.

## 24 de juny

ANDY COULSON CONDEMNAT PER ESCOLTES IL·LEGALS. El Tribunal que jutja les escoltes il·legals del diari sensacionalista *News of the World* dicta sentència de culpabilitat (divuit mesos de presó) per a Andy Coulson, exdirector del tabloide, per haver conspirat en haver punxat telèfons per obtenir informacions exclusives. Rebekah Brooks, predecessora de Coulson, és absolta de quatre delictes que se li imputaven.



Foto: Arxiu

Coulson ha estat declarat culpable

## 25 de juny

INFORMAR NO ÉS DELICTE. El Col·legi de Periodistes se solidaritza amb el rebuig internacional que ha provocat l'empresonament dels tres periodistes d'Al-Jazira condemnats per un tribunal del Caire. El Col·legi assegura en un manifest que "informar no és un delictes" i recorda que durant l'últim any s'han clausurat una desena de canals de televisió afins a l'oposició i s'han arrestat més de seixanta periodistes.

EPRENSA! NOU CERCADOR DE NOTÍCIES. Puntonews crea un nou cercador informatiu que permet portar a terme un seguiment de notícies aparegudes en més de 800 publicacions diàries de premsa escrita en temps real a l'estat espanyol.

### 26 de juny

**HOMENATGE PÒSTUM A XAVIER BATALLA.** Els familiars del periodista Xavier Batalla, analista de Política internacional de *La Vanguardia*, posen en marxa un web que reuneix els seus escrits i reflexions. La iniciativa es presenta al Col·legi de Periodistes, on amics i lectors reten un homenatge a la memòria i l'obra de Batalla, traspassat el desembre de 2012. Presenten el projecte els periodistes Rafael Jorba i Xavier Roig. El web ([www.elmundoesunaidea.com](http://www.elmundoesunaidea.com)) és obert a les aportacions de col·legues que ofereixin reflexions al respecte.



Xavier Batalla va morir el desembre de 2013

Foto: La Vanguardia

### 27 de juny

**BARCELONA RECORDA MANUEL DEL ARCO.** Una placa commemorativa recorda, des d'avui, el periodista i caricaturista Manuel del Arco al número 21-23 del carrer Capità Arenas, on va viure durant 21 anys. Del Arco va néixer a Saragossa, el 1909, i al llarg de la professió va destacar per les esquemàtiques entrevistes que acompanyava amb una caricatura, feta per ell mateix, de l'entrevistat. Del Arco fou depurat pel règim franquista per tenir idees republicanes. Col·laborà al *Diari de Barcelona* i *La Vanguardia*, on va estrenar la secció "Mano a Mano". A l'homenatge assisteixen familiars del caricaturista i el regidor municipal Jaume Ciurana, entre altres persones.

### 28 de juny

**SALUT AMB MIRADA DE GÈNERE.** Es publica el *Dossier Dones*, número 44, de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, que aborda la salut de les dones en diferents aspectes i la manca de perspectiva de gènere en la medicina i en la salut actuals. L'editorial

remarca que encara preval el patró masculí en el sistema sanitari. Diferents professionals d'àmbits ben diversos aporten aspectes d'actualitat com el de la salut laboral en femení, la salut mental de les dones i el patiment social, l'avortament, així com la salut amb mirada de gènere.

### 30 de juny

**JOSÉ RAMÓN DíEZ, NOU DIRECTOR DE TVE.** González Echenique anuncia al Consell d'Administració de RTVE la destitució d'Ignacio Corrales, que durant dos anys ha estat al capdavant de la televisió pública, i el nomenament de José Ramón Díez, que ja va ocupar el càrrec entre 1998 i 2000 sota el govern d'Aznar. El nou director és llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales, va ingressar a RTVE per oposició i va ocupar diversos llocs de responsabilitat. El 1997, fou director adjunt de Programes i, el 1998, director d'Explotació.



**instituts  
odontològics**

902 119 321 [www.ioa.es](http://www.ioa.es)

**CONDICIONS PREFERENTS**  
per a col·legiats/ades i familiars de:



Col·legi de Periodistes  
de Catalunya

**0€**

Serveis gratuïts:  
1a visita, revisions i  
radiografies intrabucals

**15€**

Higiene bucal:  
amb revisió gratuïta  
inclosa

**18**

Finançament  
a 18 mesos  
sense interessos

**20%**

Descompte  
en tot tipus  
de tractaments

**+25%<sup>de</sup> EN IMPLANTS I PRÒTESIS/ORTODÒNCIA.** També aplicable a Invisalign

Consultar validesa de l'oferta a clínica

Pregunta'ns per l'ortodòncia transparent.

### 26 CLÍNQUES DENTALS AL TEU SERVEI

**Barcelona** Diputació, 238 933 426 400  
**Barcelona** Sardenya, 319 934 570 453  
**Barcelona** Av. Madrid, 141-145 934 394 500  
**Barcelona** Ramon Turró, 246 932 247 770  
**Barcelona** Neopàtria, 55 933 601 070  
**Badalona** Av. Martí i Pujol, 254-256 933 894 331

**Cornellà** Mn. Jacint Verdaguer, 6 934 741 932  
**Girona** C.de la Rutlla, 49 972 426 400  
**Granollers** Pl. Josep Barangé, 10-11 938 793 228  
**L' Hospitalet de Llob.** Bruc, 51 932 615 800  
**Manresa** Mn.Jacint Verdaguer, 15 938 774 597  
**Mataró** Camí Ral, 530 937 577 181

**Sabadell** St. Joan, 23-29 1r 1a 937 275 396  
**Sant Boi de Llob.** Mallorca, 40 936 613 500  
**Tarragona** Av. Prat de la Riba, 23-25 977 249 966  
**Terrassa** Galileu, 213 937 333 368  
**Vic** Rda. Francesc Camprodon, 11 938 869 400  
**Vilanova i la Geltrú** Llibertat, 89 938 105 858

Inauguració nova clínica a Barcelona C/Calàbria 236 T. 934 941 810

+ Alcalà De Henares Castelló Madrid Saragossa València

## JULIOL

### 1 de juliol

LA GENERALITAT APROVA L'IMPOST AUDIOVISUAL. El Govern de la Generalitat porta al Parlament i aprova el projecte de llei per a la creació d'un impost per cada línia contractada ja sigui a través d'ADSL o mòbil. Aquest impost practicable als operadors de comunicacions electròniques s'aplicarà al foment del sector audiovisual. El nou tribut gravarà amb 0,25 euros al mes cada línia d'Internet contractada a Catalunya pel qual el Departament de Cultura del Govern podria recaptar uns 20,5 milions d'euros anuals. El projecte ha tirat endavant malgrat l'oposició de les operadores i del Consell del Treball Econòmic i Social de Catalunya.

### 2 de juliol

GIRONA EXPOSA LES MILLORS FOTOS DEL CARLES RAHOLA. La Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes inaugura l'exposició "Quinze mirades a dotze mesos" formada per unes 80 fotografies seleccionades entre 147 imatges que l'any passat es van presentar al concurs de comunicació local. Les fotografies recullen moments especials com el foc al Baix Empordà dels fotògrafs Joan Castro i Pere Duran o imatges de caire festiu o històric, entre aquestes la celebració de la Via Catalana, l'Onze de Setembre o la festa que es va viure al Cellar de Can Roca quan va ser escollit el millor restaurant del món. La mostra es podrà visitar fins a l'octubre.



Foto: Aniol Resclosa

Una de les imatges de la mostra.

### 3 de juliol

EL COL·LEGI RECLAMA UN MITJANS FORTS. El vicedegà del Col·legi de Periodistes, Marc Vidal, compareix davant la Comissió Parlamentària d'Affers Institucionals en relació amb els projectes de llei de modificació en matèria audiovisual. Entre altres aspectes, Vidal recorda que ara és més important que mai "enfortir el periodisme". Assenyala també el rebuig del Col·legi al sistema de blocs electorals ("una anomalia europea") i destaca la tasca duta a terme per la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació,

una iniciativa inèdita que aplega govern, organitzacions professionals, universitats, sindicats, patronals i altres àmbits implicats en el sector de la comunicació amb l'objectiu de sumar esforços davant la crisi.

### 8 de juliol

DONES PERIODISTES MOSTRA LES POQUES ALCALDESSES EXISTENTS. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) presenta a la seu del Col·legi de Periodistes els resultats de l'estudi *Dones i homes en els governs locals catalans*, elaborat per l'ADPC i que fa referència als 35 anys d'ajuntaments democràtics. L'estudi, realitzat per Marta Corcoy, Carolina Barber, Tomàs Ezpeleta i Xesco Montañez, situa Catalunya com una de les comunitats autònomes amb menys representació femenina als consistoris. El document palesa que dels 947 municipis catalans, només 151 estan governats per dones avui dia, xifra que suposa un 15,9% del total.

### 11 de juliol

BRAULI DUART LIDERARÀ LA FORTA. El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, substitueix el director de CanalSur, Joaquín Durán, al capdavant de la FORTA, la federació que agrupa les emissores autonòmiques de ràdio i televisió.

### 13 de juliol

LLEIDA ABORDA EL REFERÈNDUM ESCOCÈS. El periodista de TVC, Esteve Soler, especialitzat en periodisme internacional, va explicar durant un dinar-tertúlia organitzat per la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, les vicissituds d'escriure un llibre per encàrrec (*Escòcia, joc de miralls*) sobre el procés independentista escocès. Soler va viatjar fins a Escòcia per parlar amb la gent del carrer i evitar, així, paral·lelismes massa simples amb Catalunya, fruit de la distància i de la poca informació. Entre les reflexions sobre el procés sobiranista d'Escòcia i Catalunya, Soler va afirmar que mentre al nostre país es vota de manera passional, a Escòcia ho fan més reflexivament, ja que "el procés està més madurat".

### 15 de juliol

TV3 OBRIRÀ EL SETEMBRE UNA SEU A MANRESA. A principi de setembre, TV3 inaugurarà una nova seu a Manresa per cobrir les informacions de la Catalunya Central. Estaran al capdavant de la delegació

els manresans Núria Bacardit (redactora) i Ferran Prat (operador d'imatge). Ambdós periodistes han desenvolupat majoritàriament la carrera professional a Televisió de Catalunya. Bacardit està vinculada als informatius de la cadena i Prat al programa *30 minuts*.



Foto: TVC

Núria Bacardit treballarà a la nova seu.

TRES NOUS CONSELLERS DEL CAC. Salvador Alsius, Yvonne Griley i Eva Parera prenen possessió com a consellers del Consell Audiovisual de Catalunya després de ser escollits pel Parlament de Catalunya. Alsius i Parera cobreixen les vacants que deixen Josep Pont i Elisenda Malaret, que han complert els sis anys de mandat. Per la seva part, Griley substitueix Esteve Orriols, que s'ha jubilat.

APROVAT EL PROJECTE DE LLEI SOBRE COL·LEGIS PROFESSIONALS. El Consell Executiu ha aprovat el projecte de llei que modifica els requisits d'accés i els terminis dels diferents col·legis professionals de l'àmbit de la comunicació. Aquest canvi legislatiu comporta que els professionals sense titulació universitària, però amb anys d'experiència, es podran col·legiar al Col·legi de Periodistes de Catalunya, al Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya, al Col·legi de Publicitat i Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya i al Col·legi Professional de Disseny Gràfic de Catalunya. El Govern recorda que quan es van crear aquests col·legis es va establir un període transitori per a la incorporació dels professionals sense titulació universitària específica, però amb experiència laboral. Amb aquest projecte de llei es busca ampliar el termini d'incorporació al món de la comunicació, entre aquests el dels fotoperiodistes.

### 16 de juliol

GODÓ ATORGA EL PREMI GAZIEL. El periodista de *La Vanguardia* Xavi Ayen rep de mans de Javier Godó, compte de Godó, el premi Gaziel pel llibre *Aquello años del boom*, en què descriu l'interès que va despertar la literatura llatinoamericana a Catalunya i la



presència a Barcelona dels escriptors com Vargas Llosa, els editors Carlos Barral i l'agent Carme Balcells, entre altres. El premi Gaziell està instituint conjuntament per la Fundació Comte de Barcelona i el grup editorial RBA. El guardonat, Xavi Ayen, (Barcelona, 1969), ha tractat en un llibre de mil pàgines el descobriment de nous valors literaris procedents de l'altra banda de l'Atlàntic i la rebuda favorable dels lectors catalans.



Foto: Àlex Garcia / La Vanguardia

Un moment de l'entrega del guardó.

### 18 de juliol

**LIBRES PER A LES VACANCES.** El Centre de Documentació del Col·legi aplega novetats editorials recentment arribades i recorda que es poden demanar fins a cinc documents del servei de préstec i gaudir-ne durant 21 dies. La demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes disposa també de novetats editorials a l'abast dels col·legiats.

### 22 de juliol

**ZARZALEJOS PREMIAT PELS PERIODISTES EUROPEUS.** El periodista José Antonio Zarzalejos ha estat enguany el guanyador del premi Francisco Cerecedo, que atorga cada any l'Associació de Periodistes Europeus pel "valor implícit i referent de serenitat diàleg i convivència" en els articles i col·laboracions periodístiques. Zarzalejos va dirigir els diaris *El Correo* i *ABC*. Actualment col·labora a *La Vanguardia* i a la cadena SER.

### 24 de juliol

**EL COL·LEGI OBTÉ LA LICÈNCIA CEDRO PER ALS DRETS DE PROPIETAT.** El Col·legi de Periodistes signa un acord amb CEDRO que permet fer la reproducció, mitjançant fotocòpia, de fragments de llibres i publicacions periòdiques d'acord amb el que estableix la vigent Llei de Propietat Intel·lectual. L'objectiu és facilitar la cobertura legal necessària als usuaris perquè puguin reproduir legalment publicacions protegides pels drets d'autor, alhora que els autors i editors són compensats.

### 30 de juliol

**NOVA RÀDIO MUNICIPAL DE BARCELONA.** Barcelona FM serà la futura ràdio municipal de la ciutat després de l'aprovació de l'Ajuntament. L'emissora començarà a funcionar el setembre. La creació d'aquesta ràdio s'integrarà a la societat municipal que gestiona la televisió local de Barcelona.

**miravé**  
CLÍNICA DENTAL

## DEIXA QUE ET RECORDIN PEL TEU SOMRIURE

### Promoció Especial

per a col·legiats, empleats i familiars directes del  
**Col·legi de Periodistes de Catalunya**

#### 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
- Ensenyament d'Higiene Oral

#### Fins al 25% de dte.

- En la resta de tractaments en qualsevol especialitat

Cita online a: [www.clinicamirave.es](http://www.clinicamirave.es)

 [Facebook.com/ClinicaDentalMirave](https://www.facebook.com/ClinicaDentalMirave)  [@clinicamirave](https://twitter.com/clinicamirave)



— · COM ENS VEU... SUSANNA MARTÍN · —



# Creure.

Creure en els negocis és donar-los crèdit.

Ens comprometem a respondre la teva sol·licitud de crèdit en 7 dies. Ni un dia més.

Hi ha una manera molt simple de dir als negocis que hi confiem: donar-los crèdit. Sí, és molt possible que tots els bancs siguem semblants a l'hora de prometre-ho, però això no vol dir que siguem iguals a l'hora de concedir-ho. Nosaltres, per exemple, ens comprometem a contestar la teva petició en set dies laborables. Ni un dia més. També donem crèdit als nostres clients i als que encara no ho són. A més a més, podràs consultar en quin estat es troba la teva petició en tot moment i amb una transparència total

a través del nostre web. I això, encara que sembli obvi, no passa en tots els bancs. Deixa'ns dir-te que una bona manera de decidir on vols arribar amb el teu negoci és decidir on vols començar. Per això et convidem a visitar les nostres oficines i preguntar al teu gestor personal la resta d'avantatges que tindràs en demanar-nos un crèdit, encara que ja t'avancem que ell n'és un. Informa't de les condicions a [sabadellprofessional.com/creure](http://sabadellprofessional.com/creure).

**Sabadell**  
Professional

El banc de les millors empreses. I el teu.



# El nostre benefici és la teva protecció

A Asisa treballem dia a dia per reinvertir els beneficis en tu

**1.700.000**  
Assegurats



Confia en una companyia que reinverteix els beneficis en prestacions per tenir cura del seu principal actiu: tu. Perquè l'únic que volem guanyar és la teva confiança.  
**el nostre benefici és la teva salut.**

**ASISA**

[www.asisa.es](http://www.asisa.es)  
901 10 10 10

