

# ♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Desembre 2015 · Núm. 170 · 4 €



## INNOVADORS

Iniciatives periodístiques es fan un lloc amb noves fórmules



## Innovació a l'abast de la mà

Un any més, hem estat reconeguts internacionalment per la nostra innovació i qualitat de servei.

- Som líders en banca a través d'internet, mòbils i caixers.
- Som pioners en tecnologia *contactless* i *wearable*.
- Tenim la primera botiga d'aplicacions mòbils en el sector financer (CaixaMòbil Store), amb més de 60 apps.

A CaixaBank establim una relació digital amb els clients per fer-los la vida més fàcil.

Així, mantenim invariable el nostre compromís històric: treballar sempre al servei de les persones.

**Innovem per oferir el millor servei.**



**CaixaBank**

**[Tu] ets l'Estrella**

www.CaixaBank.cat



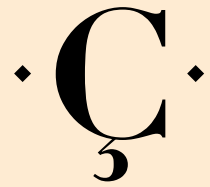
Millor Banc  
d'Espanya 2015

BAI-FINACLE  
GLOBAL  
BANKING  
INNOVATION  
AWARDS 2014

Banc amb l'Esperit més  
Innovador del Món 2014  
Millor Innovació en  
Productes i Serveis  
2013 i 2014



Certificat Europeu  
de Màxima Excel·lència  
en la Gestió



**05** CARTA DE LA DEGANA  
TRANQUIL·LITAT. AQUEST OFICI  
NO S'ACABA!  
TEXT Neus Bonet Bagant

**06** CRÒNICA  
"NO HEM DE TENIR POR  
ALS PODERS ECONÒMICS"  
TEXT Eudald Coll  
FOTOS Jordi Salinas

**10** ANÀLISI  
ATRINXERATS?  
TEXT Diversos autors  
FOTO Sergio Ruiz

**16** REPORTATGE  
EN CLAU FREELANCE  
TEXT Adrián Caballero  
FOTOS Oriol Clavera

**20** ENTREVISTA  
MILAGROS PÉREZ OLIVA  
TEXT Jordi Rovira  
FOTO Sergio Ruiz

**24** REPORTATGE  
EL FUTUR SERÀ DISTRIBUÏT  
TEXT Lina María Aguirre Jaramillo  
FOTO Sergio Ruiz

**28** REPORTATGE  
QUI HI HA AL CAPD'AVANT DELS  
MITJANTS PÚBLICS?  
TEXT Francesc Ponsa  
FOTOS Dani Codina

**34** REPORTATGE  
"PODEM LLEGIR-HO ABANS?"  
TEXT Carme Escales

**38** REPORTATGE  
FONTS DIGITALS PROTEGIDES  
TEXT Nereida Carrillo  
IL·LUSTRACIÓ Francesco Cusumano

**42** DOSSIER  
INNOVAR O MORIR  
TEXT Laura Saula

**46** DOSSIER  
JOVE, RUPTURISTA, IRREVERENT  
TEXT Anna Galdón  
FOTO Sergio Ruiz

**50** DOSSIER  
A LA RECERCA D'UN FORAT  
TEXT David Bigorra  
FOTOS Sergio Ruiz

**56** REPORTATGE  
ELS LÍMITS DEL FOTOPERIODISME  
TEXT Oscar García  
FOTOS Giovanni Troilo

**60** NOVELAT EDITORIAL  
EL CAS VINADER  
TEXT Xavier Montanyà  
FOTO Paco Elvira

**64** REPORTATGE  
L'ÚNIC FORMAT POSSIBLE  
TEXT Jordi Benavente  
FOTO Vicente Pruna

**68** REPORTATGE  
DE LOU GRANT A THE NEWSROOM  
TEXT Toni de la Torre

**72** REPORTATGE  
LA REVISTA OBLIDADA  
TEXT Xavier Martí

**76** PERIODISME AL MÓN  
SOBIRANIA TECNOLÒGICA  
TEXT Griselda Casadellà  
I Isma Montfort  
FOTOS Isma Montfort

**84** WEBS / LA XARXA  
Àlex Barnet

**86** LLIBRES  
Elena Serrano

**88** LA FOTO  
Eugenio Recuenco

**90** OBITUARIS

**92** DIA A DIA  
Sara Masó

**98** COM ENS VEU...  
Marika Vila

REVISTA CAPÇALERA  
Núm. 170

**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** Anna Fernández  
**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](mailto:comunicacio@periodistes.org)  
[www.periodistes.org](http://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, 1r · 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 Riverola, 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*



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

# TRANQUIL·LITAT. AQUEST OFICI NO S'ACABA!



No ho dic jo, he manllevat l'afirmació a l'Andreu Missé. Periodista estimat, la sala del Col·legi es va omplir amb els seus amics, i guanyador de l'onzè Premi Manuel Vázquez Montalbán d'aquest any per la seva feina i preocupació per l'economia social que reflecteix la revista

*Alternativas económicas*, una cooperativa que el que busca per damunt de tot, deia Missé, és la confiança dels lectors.

Ara que tot són missatges apocalíptics sobre el futur i el present del nostre ofici, l'Andreu Missé feia aquesta reflexió en rebre el premi. Però reclamava el paper incòmode que pertoca al periodisme, en què les veritats a mitges no serveixen, en què cal dir sempre la veritat i no tenir por reverencial. Si bé em quedo per damunt de tot amb un dels pilars fonamentals, per a mi, del periodisme, com és la capacitat i la necessitat d'escoltar. Deia Missé que Manuel Vázquez Montalbán era un senyor que parlava poc però escoltava molt.

De premis i d'il·lustres premiats i premiades n'hi ha més al CAPÇALERA que teniu entre les mans. Llegiu amb atenció l'entrevista a Milagros Pérez Oliva, primer premi Margarita Rivièrre al rigor periodístic amb visió de gènere. Un premi que la Milagros va

## MISSÉ RECLAMA EL PAPER INCÒMODE DEL PERIODISME, EN QUÈ CAL DIR SEMPRE LA VERITAT I NO TENIR POR REVERENCIAL

rebre en el marc dels premis de Comunicació No Sexista, que organitza l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya i que va dedicar a les periodistes que treballen amb rigor, valentia i independència. Tres vectors cada cop més difícils d'agrupar en la mateixa estructura. La Milagros no es va estar, una vegada més, de denunciar l'absència de dones en els espais de decisió dels mitjans de comunicació d'aquest país. Que encara que sembli un mantra antic i gastat és una realitat molt dura. Com ho són les diferències salarials, encara avui, entre homes i dones.

Fa uns dies un altre periodista de referència, en Carles Capdevila, deixava la primera línia del diari *Ara*, que ha dirigit els últims cinc anys, i en el balanç que en feia deia que faltaven dones. Ras i curt. Ell que ha viscut la direcció d'un diari novell des de l'inici,

que s'ha trobat entre l'espasa i la paret havent de conjugar interessos entre els poders de tota mena i la redacció, els periodistes, deia amb aquella afabilitat que el caracteritza, que faltaven dones. Ara bé, no serà perquè de dones no n'hi hagi i molt i molt preparades. Frases aquestes que sempre que escric em fastiguen una mica, perquè no les he hagudes d'escriure mai, mai, parlant d'homes periodistes. Simplement les haurien trobat sobreres, innecessàries.



Foto: Sergio Ruiz

Vull aprofitar, des d'aquí, per fer-li arribar el màxim suport a en Carles Capdevila en aquesta lluita que li ha tocat emprendre, en nom propi i el de la Junta que presideixo. Carles, aquí ens tens.

Però en aquest CAPÇALERA vull molt especialment convidar-vos a reflexionar. Llegiu-vos les opinions que hem recollit sobre allò que hem vingut a anomenar *periodisme de trinxera*, de periodistes que el viuen en el dia a dia i que han volgut fer la seva pròpia anàlisi sobre com estem treballant actualment. Llegiu i, si us plau, feu-nos arribar les vostres aportacions. Un dia, més tard o més d'hora, ens haurem de posar davant del mirall per veure com estem exercint el periodisme.

Ben cordialment,

**Neus Bonet Bagant**

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

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

# "NO HEM DE TENIR POR ALS PODERS ECONÒMICS"

Andreu Missé repassa la seva trajectòria  
durant el lliurament del premi Internacional  
de Periodisme Vázquez Montalbán

TEXT EUDALD COLL  
FOTOS JORDI SALINAS



**El 16 de novembre, el Col·legi de Periodistes de Catalunya va acollir l'acte de lliurament de l'onzena edició del Premi Internacional Vázquez Montalbán en la categoria de Periodisme polític i cultural, que va recaure en Andreu Missé, un referent de la informació econòmica catalana i espanyola. El guardonat va agrair als que l'han ajudat a créixer professionalment i, de passada, va llançar un missatge d'optimisme per a un ofici que es troba en hores baixes i va animar a no arrugar-se davant els poders fàctics.**

“Tranquils, aquest ofici no s’acaba. No ens angoixem més del compte. Aquest no ha estat mai un ofici fàcil”, va advertir Andreu Missé, el 16 de novembre al vespre, amb el seu parlar tranquil. Aquestes paraules van ser part del discurs que va fer durant l’acte de lliurament del Premi Internacional de Periodisme Vázquez Montalbán —en la categoria de Periodisme polític i cultural— que enguany ha arribat a l’onzena edició.

Com cada any, aquests guardons, impulsats pel Col·legi de Periodistes, que reivindiquen i porten el nom de Manolo Vázquez Montalbán, mort el 2003, premien la trajectòria de professionals de la informació que han destacat en l’exercici del periodisme. Així, en el vessant de Periodisme esportiu —convocat conjuntament pel Col·legi i la Fundació del FC Barcelona— ha recaigut en l’exfutbolista i comentarista esportiu brasiler Eduardo Gonçalves de Andrade, *Tostao*.

La figura de Missé (Barcelona, 1947), un dels referents del periodisme econòmic català i espanyol, genera consensos entre la professió. Com el jurat, que va atorgar-li el guardó per unanimitat, en la professió es coincideix a ressaltar la vàlua de la seva feina. Per això, la sala d’actes del Col·legi

## "HE APRÈS L'OFICI DELS DIRECTORS, REDACTORS EN CAP, DELS COMPANYS DE TAULA I DELS JOVES QUE COMENÇAVEN"

de Periodistes, que va acollir l’esdeveniment, va reunir professionals del món del periodisme, molts dels quals havien estat companys de redacció del guardonat, per qui aquest va tenir paraules d’agraïment durant el parlament.

### INFORMACIÓ COMPRESIBILE

L’acte va iniciar-se amb una breu intervenció de Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes. “Què diria Manolo Vázquez Montalbán del moment social i

polític que ens toca viure?”, es preguntava. “I pensar això —va prosseguir— és adonar-se que se’l troba a faltar, a faltar algú que va exercir el periodisme amb rigor, honestedat, ganes i, sobretot, compromís”.

Unes virtuts que coincideixen amb les de Missé. Tal com recull l’acta del jurat —llegida per Tomàs Delclòs, que n’és el secretari—, “al ciutadà li cal una informació econòmica transparent per actuar socialment i políticament. Això suposa la neces-

## "AQUEST OFICI NO S'ACABA. NO ENS ANGOIXEM MÉS DEL COMPTE. AQUEST NO HA ESTAT MAI UN OFICI FÀCIL"

sitat democràtica d’una informació fiable i comprensible. Andreu Missé, durant tota la trajectòria professional, ha treballat per donar al ciutadà aquests conceptes més enllà dels interessos i pressions que pretenen obscurir-los. Missé ha treballat en diferents mitjans i segueix treballant amb aquest esperit”.

El compromís és una altra característica del guardonat. A les acaballes del franquisme, les ànsies revolucionàries el van portar a estar-se dos anys i mig a la presó. Va ser allà, entre reïxes, on va començar a estudiar Dret, carrera de la qual, posteriorment, es llicenciaria. A vint anys, va començar a treballar com a periodista a les revistes *Reporter* i *Primera Plana*. Poc després, el 1978, seria un dels fundadors d’*El Periódico de Catalunya* i quatre anys més tard tornaria a ser un dels fundadors, aquest cop d’*El País*, on s’hi va estar tres llargues dècades. Al diari de Prisa va arribar a ser redactor en cap d’Economia, subdirector i delegat a Brussel·les. I en sortir-ne va fundar una nova publicació. La tercera de la seva vida. Aquest cop es tractava d’*Alternativas Económicas*, una revista mensual de la qual és soci fundador i director, i que s’emmira-

llava en *Alternatives Économiques*, capçalera francesa amb més de trenta anys d’història que ven més de cent mil exemplars i amb la qual estan associats.

### HUMIL I AGRAÏT

Més enllà d’aquests apunts biogràfics bàsics, Claudi Pérez —corresponsal d’*El País* a Brussel·les— va glossar la figura de Missé, amb qui va coincidir a la capital comunitària. Pérez va citar les opinions de diferents professionals que han treballat amb el guardonat, però no va estar-se d’opinar sobre Missé, a qui va definir com “un traductor més que un periodista, perquè és capaç de traduir conceptes complexos i fer-los entenedors a la gent”. També va destacar-ne l’“energia contagiosa” i la generositat.

Una prova més d’aquesta generositat va mostrar-la Missé en el seu parlament, durant el qual va repassar la seva trajectòria. Abans, però, va admetre certa incomoditat en la professió. “Durant molts anys, m’he sentit un intrús en aquest ofici. A més, escriure sempre m’ha costat molt”. Amb sinceritat i humilitat, va anar desgranant la carrera professional i aprofitava, en cada etapa, per agrair tot el que havia après, citant les persones que l’havien fet millor periodista.

Així, durant el discurs, Missé —que va recollir el guardó de mans del conseller d’Economia, Andreu Mas-Colell, amb qui també havia coincidit a Brussel·les— va tenir paraules d’agraïment per a persones com Eliseo Bayo, Miguel Ángel Bastenier, Antonio Franco o Xavier Vidal-Folch, entre altres.

“He après l’ofici directament dels periodistes; dels directors, redactors en cap, dels companys de taula i dels joves que començaven”, va dir. De Vázquez Montalbán —amb qui va coincidir a *Primera Plana* quan aquest n’era el director— va

## GUARDONATS AMB EL PREMI INTERNACIONAL VÁZQUEZ MONTALBÁN

Premiats	Periodisme Polític i Cultural	Periodisme Esportiu
2004	Maruja Torres i Anna Politkóvskaia	Patrick Mignon
2005	Josep Pernau	Joaquim Maria Puyal
2006	Tomàs Alcoverro i Teresa Pàmies	Juan Villoro
2007	Seymour Hersh	Simon Kuper
2008	Roberto Saviano	Candido Cannavò
2009	Luz Sosa	Ramon Besa
2010	Juan José Millás	Eduardo Galeano
2011	Fran Llorente i Rosa Marqueta	Santiago Segurola
2012	Jordi Évole	Nick Hornby
2013	Marc Marginedas, Javier Espinosa i Ricard Garcia Vilanova	Sergi Pàmies
2014	Andreu Missé	Eduardo Gonçalves de Andrade "Tostao"



Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya

ressaltar-ne que era “un home profundament antiautoritari en tots els sentits”, a més d’una “intel·ligència privilegiada”, així com una gran capacitat de treball. “Sóc el resultat del que m’han ensenyat els meus companys”, va concloure.

### PERIODISME DIVULGATIU

Sobre *Alternativas Económicas*, projecte en què ja fa tres anys que s’implica, va assegurar que estan intentant fer “un periodisme independent, de rigor, de divulgació. Que tothom entengui què està passant al món de l’economia”.

El 22 de febrer de 2013, sortia el primer número d’aquesta revista mensual que és fruit d’una cooperativa de periodistes on

també hi ha professionals com Pere Ru-siñol, Ariadna Trillas o Mariana Vilnitzky. Des d’aquesta capçalera, expliquen l’economia de manera clara i des d’una visió social. No depenen de la publicitat ni de les administracions públiques, compten

### "ELS PERIODISTES ENS HEM D'ACOSTUMAR A SER INOPORTUNS, DESCARATS I A FER LA PREGUNTA INCONVENIENT"

amb cinquanta-cinc socis col·laboradors i no s’estan de parlar clar en alguns temes ben espinosos.

Missé no va evitar de recordar als periodistes que l’objectiu de la seva feina és ex-

plicar la veritat, malgrat les pressions que sorgeixin durant l’exercici de la professió. “No hem de tenir por a les autoritats i als poders econòmics”, va afirmar. “No ho poden controlar tot”, va apuntar sobre els poders fàctics. “Els periodistes ens hem d’acostumar a ser inoportuns, descarats i a fer la pregunta inconvenient”, va afirmar. I és que té clar que la feina dels professionals de la in-

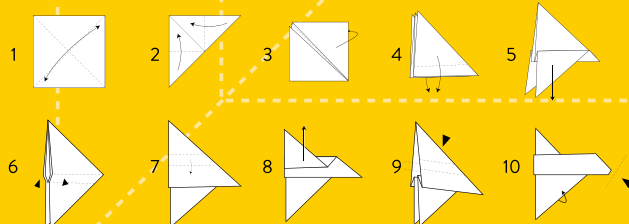
formació és “denunciar coses i posar sobre la taula les mesures que van en contra de la gent”. Ç



# vueling



ESTAS FIESTAS TE LLEVAMOS  
A LONDRES HEATHROW,  
¡LLEVÁVANOS CONTIGO!

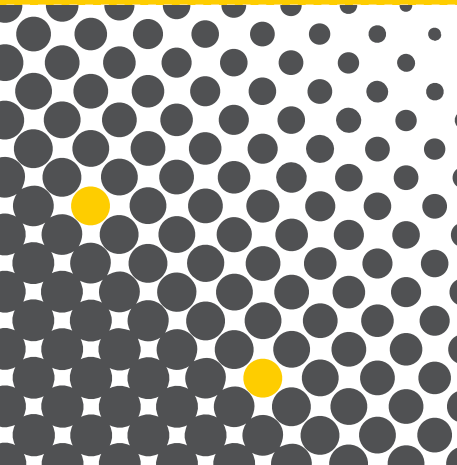


POSSIBLE by **vueling**  
¡Felices fiestas!

vueling



vueling



# ATRINXERATS?

Set periodistes responen a la pregunta: davant dels importants canvis polítics que tenen lloc a Catalunya i Espanya, estem fent un periodisme de trinxera?



El procés polític iniciat a Catalunya l'any 2012 ha estat àmpliament comentat pels mitjans de comunicació, que hi han tingut un paper clau. Foto: Sergio Ruiz



## LA SÍNDROME DE LA TRANSICIÓN

MANEL MANCHÓN  
DIRECTOR D'ECONOMÍA DIGITAL

Juguem fort. Victor Klemperer ho va explicar amb detall al seu llibre *LTI. La lengua del Tercer Reich*. És agosarat dir-ho, però el que relata és que la llengua és bàsica per crear un determinat relat, els noms, el joc abstracte de les idees, els conceptes, ben triats i dits en un moment donat. Són cabdals. I els periodistes hem de saber com i per què utilitzem un llenguatge que, de sobte, el poder polític posa en circulació.

Sense pensar-ho massa, tots vam començar a escriure a Catalunya sobre el dret a decidir, el procés sobiranista, el consell sobre la transició nacional i les estructures d'estat. I tots, tret d'algunes excepcions, vam dividir la societat, amb una gran irresponsabilitat, entre els sobiranistes i els unionistes, i vam prendre així el model d'Irlanda del Nord.

El que ha passat a Catalunya ha estat provocat. És a dir, des de l'àmbit periodístic i des de fa alguns anys, s'han destacat els aspectes de confrontació amb la resta d'Espanya. De fet, i tornem a Klemperer, s'haurien de superar ja aquests esquemes sobre la realitat d'Espanya i la de l'Estat. No passa res per dir Espanya, amb totes les lletres quan es parla de l'economia espanyola. Tot i així, s'arriba a dir que "l'economia de l'estat espanyol creixerà un 3%". Són expressions que s'han imposat durant anys i que cal desterrar, si no volem seguir fent el ridícul.

Ara bé, el que es volia destacar és que determinats programes audiovisuals, com l'*APM*, per exemple, han ajudat a crear un estat d'ànim procliu a les tesis independentistes, que ha facilitat l'entrada de determinats missatges sense que es fes l'esforç de contrastar-los. I aquesta és feina dels periodistes, malgrat el que es pensi com a ciutadà quan deixem les redaccions i marxem cap a casa.

A Catalunya, s'abusa de l'humor per aconseguir uns guanys polítics, des de l'*APM*, que ridiculitza totes aquelles expressions no massa afortunades que surten de la resta d'Espanya, per fer valer la part pel tot, fins a *Polònia*, que és per a molts catalans una de les principals fonts d'informació política —malauradament— i que ha ajudat força els impulsors de l'anomenat procés sobiranista.

És a dir, el que ha passat en els darrers tres anys és el producte de més de dues dècades de construcció nacional catalana, amb la col·laboració del periodisme català. L'escriptor i assagista Jordi Amat ho relata a *El llarg procés*: "L'actual desplaçament del gruix del catalanisme cap a posicionaments sobiranistes s'explica per factors de temporalitat diversa, (...), però el més determinant, al meu entendre, han estat les dues dècades llargues del nacionalisme governant la Generalitat —un lideratge solidíssim— i els marcs mentals que, com fan per activa o per passiva tots els governs, va poder implementar un sector molt important de la ciutadania".

Arribats aquí, molts periodistes van caure en el que jo anomeno la síndrome de la Transició. La connexió entre els polítics i els periodistes va ser clau a la Transició perquè plegats aconseguissin la democràcia. El periodista i el ciutadà que desitjava un canvi eren la mateixa persona lluitant per un objectiu. Ara, a Catalunya, des de 2010, després de la sentència del Constitucional sobre l'Estatut, molts periodistes van pensar que calia fer una cosa semblant, si bé ara per aconseguir un estat propi. Alguns professionals ho han expressat a l'entendre que, vitalment, els tocava defensar el procés sobiranista, perquè, com a catalans, no podien tancar els ulls.

I aquest és l'error. Passar d'una dictadura a una democràcia sí que reclamava una complicitat, en gran part perquè era necessari per poder exercir la professió. Periodistes i polítics compartien objectius, i d'allà van néixer grans amistats. Però la situació a la

### "DES DE L'ÀMBIT PERIODÍSTIC S'HAN DESTACAT ELS ASPECTES DE CONFRONTACIÓ AMB LA RESTA D'ESPANYA"

Catalunya de 2010, i fins al 2015, és molt diferent. L'empenta d'uns quants, des dels mitjans públics, encara que també des dels privats va provocar la reacció d'altres periodistes que es van aturar per saber, primer, a què treia cap tot aquell procés tan precipitat.

La idea és que s'ha produït un periodisme de trinxeres, perquè cada mitjà, amb els seus interessos concrets, hi ha volgut destacar el que volia. Però, honestament, l'aposta clara va anar en una determinada direcció: els independentistes forçant la màquina, perquè era l'oportunitat de les seves vides, com es va concretar en l'eslògan de la candidatura de Junts pel Sí.

Un exemple per concloure: era periodisme de trinxera explicar que la resolució del Tribunal de la Haia sobre Kosovo no deia en cap moment que la voluntat democràtica havia d'estar per sobre de la legalitat constitucional, com afirmaven els independentistes, i aplaudien determinats mitjans i periodistes individualment? La nostra feina, i ho haurem de recordar sempre, és contrastar aquestes informacions. Fer periodisme, sempre que ens ho deixin fer! **Ç**



## TEORIA DEL PERIODISTA 'SAMURAI'

DAVID MIRÓ

SUBDIRECTOR DE L'ARA

Fem periodisme des de trinxeres ideològiques? La pregunta és pertinent, i fins i tot apassionant, però jo abans de respondre aniria a l'arrel de la qüestió: què és el periodisme? I com ha de ser un periodista ideal? Als meus alumnes de la Pompeu els dic sovint que al món hi ha civils, militars i... periodistes. És una manera gràfica de subratllar que el periodista no és un ciutadà més, sinó que és algú que realitza una funció, explicar la realitat, que necessàriament comporta un seguit de renúncies i sacrificis, el més important dels quals és el d'apartar-se voluntàriament d'aquesta realitat que aspira a explicar amb el màxim rigor i credibilitat.

En efecte, els dic, el periodista és com un monjo, pertany a una confraria que té com a principal objectiu la recerca de la veritat, i per això ha de fer una mena de *vot de no intervenció*, perquè les dues coses alhora no es poden fer. El periodista necessita, per poder fer bé la seua feina, una certa distància, una mica de pers-

"CADA VEGADA MÉS PERIODISTES CAUEN EN LA TRAMPA, ABANDONEN LA CONFRARIA I ES PASSEN A LA TRINXERA IDEOLÒGICA"

pectiva, i això és incompatible amb una participació directa en aquesta realitat que volem explicar. No es pot anar a la processó i repicar campanes. La qüestió és: fins on ha d'arribar aquesta distància? Tots tenim clares algunes coses. Per exemple, un periodista que fa informació política no pot ser militant d'un partit. O no pot anar a cobrir els actes de la Diada amb una samarreta d'ANC i Òmnium. Això s'entén, oi? Ara bé, un periodista pot opinar lliurement per Twitter? Aquí la cosa es complica una mica més.

En el meu ideal, el periodista polític, el que jo en dic 'samurai', és aquell ésser indesitjable per als polítics, del qual ben bé ningú sap què pensa, però que manté intacta la seua credibilitat. Com? No expressa opinions personals a Twitter, no va a tertúlies ni a taules rodones, fins i tot no escriu articles d'opinió: només fa informació. I allò que publica va a missa. I li és ben bé igual a qui

beneficia o perjudica. Una notícia és una notícia. I punt. Existeixen periodistes samurais en el nostre entorn? És possible practicar-lo en un moment d'alt voltatge emocional com el que es viu a Catalunya? N'hi ha pocs, certament, però són més necessaris que mai. Compromesos amb la veritat, per incòmoda que siga, i amb credibilitat. Sense ells, sense una informació verídica, no és possible una autèntica democràcia deliberativa. Si tot és com *La Razón* o *La Tuerka*, on hi ha l'espai de debat perquè una societat avanci? El problema és que ni la classe política, ni tan sols la societat civil, està educada ni és conscient del valor del periodisme.

"Això no ens ho esperàvem de vosaltres" o "això no ho hauríeu de publicar perquè fa mal o tal o tal causa" són frases que sovint sentim els periodistes. Pràcticament ningú entén que la nostra funció és informar, no treballar en favor de cap causa, perquè la nostra causa és la veritat. Perquè sense informació verídica no hi ha democràcia. Aquesta manca de cultura periodística, unit a la feblesa econòmica dels mitjans i la fragmentació de les audiències, ha provocat un còctel explosiu. Cada vegada més periodistes cauen en la trampa, abandonen la confraria i es passen a la trinxera ideològica. Per convicció o per pressions, és igual. Però és així. I així és com comença a morir el periodisme. Ç



## ELS LÍMITS DEL SISTEMA

JOFRE LLOBART

SOTSDIRECTOR D'EL MÓN A RAC-1

Sí, estem fent un periodisme de trinxera, però no ara, des de sempre. El periodisme és trinxera. Sempre que es publica alguna cosa respon a algun interès, per noble que el consideri qui signa el reportatge. I això passa des que els diaris són diaris. Per tant, preguntar-se si estem fent periodisme de trinxera és preguntar-se sobre què és el periodisme. Què és notícia? Què no ho és? Què va a portada? Amb quins criteris? Tota la vida s'ha fet periodisme de trinxera malgrat que a la facultat ens van inflar el cap dient-nos que hi havia un periodisme objectiu i un que no l'era. Sí que és cert que, com a conseqüència del procés, el volum i el cos de lletra a les portades han pujat. Ara bé, també és veritat que mai en tres-cents anys s'havia endegat un repte polític d'aquest tipus. A aquesta passió per la sortida de to també hi ajuden les xarxes socials i la possibilitat de compartir continguts amb més facilitat. Ja ens podem omplir la boca de periodisme serè: els àudios més

descarregats dels últims mesos són enganxades entre tertulians discutint-se, precisament, sobre el Procés.

I és que el Procés ha posat en qüestió els límits del sistema, i entre aquests, els límits del periodisme. El que passa és que fins ara semblava que el monopoli de la sacsejada el tinguessin només uns. Els mateixos que diuen que votar no és democràtic consideren que ara, justament ara, que el periodisme que es fa a Catalunya

## "EL PROCÉS HA POSAT EN QÜESTIÓ ELS LÍMITS DEL SISTEMA, I ENTRE AQUESTS, ELS LÍMITS DEL PERIODISME"

és el de trinxera. Dit, evidentment, amb tot el to pejoratiu que acompanya qualsevol cosa que fa aroma a sobiranisme: la paraula *adoctrinar* es fa servir només per a TV3, no per a TVE, que només és acusada –com a molt– de ser poc plural.

Quan, l'any 2010, Artur Mas va prendre possessió del càrrec de president de la Generalitat per primera vegada, una delegació catalana va fer un tour per mitjans de comunicació de Madrid i el director d'un diari els va dir: "Nuestra primera divisa, antes que la verdad, es la unidad de España". És a dir, la recerca de la veracitat passava a segon pla si qüestionava la unitat territorial de l'Estat. Això no mereix ser definit ni com a línia editorial, és directament posar el diari al servei d'una ideologia. A Catalunya no s'ha arribat a aquest extrem, o almenys no amb la "pornografia" de fer-ho evident a una delegació d'un govern. En qualsevol cas, d'exemples n'hi ha molts. N'adjunto tres de molt simples:

1. *La Liberté* el dia que va acabar la Primera Guerra Mundial ("L'armistice est signé. Vive la France!")
2. *El País*, el 24 de febrer del 1981, el dia després de l'intent de cop d'estat ("El País, con la Constitución")
3. *La Razón*, el 18 de març del 2012, quan Mas començava a plan-tejar... el pacte fiscal! ("España es nuestra razón")

Com combatre els mals efectes del periodisme de trinxera? Amb objectivitat? No. No existeix. Cada titular, cada article, cada reportatge parteix del prisma de qui el signa. Amb tot, sí existeix l'honestedat, el rigor i el sentit crític. Contínuament, ens arriben informacions interessades sobre el procés. Si no hi hagués filtre, publicaríem de tot: rumors, intoxicacions i mentides. Tot ho contrastem. I un cop contrastem, aquí sí, decidim si allò és el tema d'obertura, el segon o tanca el sumari. L'ordre amb què ho posem és subjectiu, com tot, però ja m'agradaria que tots aquests que ens donen lliçons seguissin aquest paràmetres: honestedat, rigor i sentit crític, és a dir, periodisme tal com el coneixíem. Ç



## MASSA ATRINXERATS

NEUS TOMÀS  
CAP DE POLÍTICA D'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

Malauradament, el periodisme de trinxera va guanyant terreny en molts àmbits del periodisme, també quan es tracta de la informació política i més quan es viuen moments tan convulsos com els d'aquests darrers temps a Catalunya. *Trinxera* vol dir que la defensa de les línies editorials dels mitjans (evidentment legítimes) combinades amb interessos econòmics sovint contribueixen a desdibuixar la realitat que es trasllada al ciutadà. El tercer factor que influeix en aquesta certa miopia són les pressions dels partits que, en un cicle farcit de convocatòries electorals, intenten disposar del màxim d'altaveus (tan submisos com sigui possible).

En el procés sobiranista, la premsa és un actor més. La majoria de mitjans han volgut influir en les estratègies dels partits, siguin sobiranistes o no. Sobretot a través de portades i editorials, i no només dels diaris. S'ha intentat condicionar el resultat de les eleccions i la falsa neutralitat que encara hi ha qui proclama s'ha demostrat que no és res més que una manera d'intentar dissimular les apostes ideològiques. Tothom ha pres partit, des dels líders dels

## "EL PERIODISME DE TRINXERA VA GUANYANT TERRENY EN MOLTS ÀMBITS DEL PERIODISME, TAMBÉ QUAN ES TRACTA D'INFORMACIÓ POLÍTICA"

programes matinals de ràdio a les televisions públiques i privades, mitjançant els informatius o la tria dels integrants de les tertúlies. Com ho ha fet també la premsa escrita, tant l'editada a Madrid (amb agressius editorials) com la catalana (entre els partidaris de la independència i les capçaleres que en són contràries).

Capítol a banda mereix el seguiment de les informacions vinculades als casos de corrupció que han aparegut també en aquests darrers mesos. A diferència del que va passar en la darrera campanya electoral, aquest cop no han aparegut informes apòcrifs i el que s'està publicant forma part de diligències judicials i declaracions públiques. Aquesta és una bona notícia, encara que està per

veure si no tornaran a aparèixer –en determinats mitjans– documents presumptament oficials dels quals no es responsabilitza ningú. De moment, el que es publica ara està fonamentat en declaracions judicials i sumaris, cosa que demostra que s’ha millorat respecte a darrers episodis tristos del periodisme, com les notícies falses publicades per *El Mundo* sobre comptes de l’exalcalde de Barcelona, Xavier Trias, a Suïssa que mai havien existit.

Finalment, crec que l’anàlisi seria inconcreta si no inclogués el paper de les xarxes socials, convertides sovint en aliades dels mitjans, però també utilitzades com un instrument que escapa a les tradicionals relacions entre mitjans i polítics. Serveixi d’exemple l’anomenat *#pressingcup*, que no és una altra cosa que intentar influir en les negociacions entre Junts pel Sí i la CUP. Els partits han posat la seva gent a intentar crear un estat d’opinió a Twitter de la mateixa manera que articulistes afins a uns i altres han intentat condicionar el resultat de les converses entre ambdós partits. Legítim? Sí. Correcte? En tinc dubtes. Ç



## D'UNIONISTES I PROCESSISTES

MIQUEL NOGUERA  
PERIODISTA POLÍTIC A *EL PAÍS*

No fa tants anys que a Catalunya el concepte de periodisme de trinxera transportava inexorablement a les redaccions madrilenyes, a uns periodistes pintats de blau o vermell que batallaven sense treva per canviar governs, marcar agendes i, sobretot, satisfer el propi ego. Semblava que les picabaralles entre directors de diaris, tertulians i firmes estrella fossin un fenomen capitalí del que Barcelona s’havia lliurat per obra i gràcia divina. Aquí Catalunya no hi havia periodisme de trinxera, així com ens creiem lliures de corruptes il·lustres i de clubs de futbol mancats de valors.

Ves per on que, també en això, devíem estar equivocats. El procés –aquest estrany fenomen que satura tertúlies, destrueix partits polítics i ens brinda eleccions cada dos anys– també ens ha portat la trinxera a prop de casa. Certament, no veiem aquí l’abrandament que fa anys que observem a Madrid, on la proximitat dels poders i el nervi propi de les capitals dramatitza les coses fins a límits sovint esperpèntics.

A Barcelona la trinxera és més subtil. Amb poques excepcions, els periodistes encara no hem perdut les bones maneres ni la destrucció de qui pensa diferent –ni que sigui a nivell argumental– sembla una prioritat de la majoria. Però hi ha indicis preocupants. Tots hem sentit que determinat mitjà ha nascut per

## "LA PROFESSIÓ ÉS A TEMPS DE RECTIFICAR, DE DIR QUE NO ESTEM AQUÍ NI PER ACOMPANYAR PROCESSOS, NI PER GARANTIR UNITATS"

“acompanyar” el procés o que altres hi són per garantir la unitat d’Espanya. Tot sofert oient de la ràdio matinal distingeix entre tertulians *indepes* i unionistes. I no són pocs els qui creuen que els periodistes hi som per servir un país i no els lectors que hi viuen.

Així, alguns periodistes s’han convertit en processistes i altres en unionistes amb micròfon. Almenys així ens veu una part de la població. Ser al mig o qüestionar les dues posicions et converteix en un ésser poc atractiu per a la tertúlia o en un sospitós infiltrat de vés a saber què. La professió, per sort, és a temps de rectificar. Som a temps de dir que no som aquí per acompanyar processos ni garantir unitats, sinó per fer allò tant passat de moda que és explicar el que un veu amb la major honestedat possible. Ni jutges, ni policies, ni guies espirituals. Periodistes. Ç



## DES DE LA TRINXERA, NO ES FA PERIODISME

ORIOLO NOLIS  
PERIODISTA DE TVE

No crec que estiguem fent periodisme de trinxera, senzillament, perquè des de la trinxera no es pot fer cap classe de periodisme. S’hi pot fer propaganda i aquesta pot adoptar formes que es confonguin amb el periodisme, però no n’és.

Manllevo unes paraules de Dan Rather, referent del periodisme nord-americà, per refrescar la memòria dels qui poden haver oblidat les claus de l’ofici: “La nostra forma de govern hauria de ser del poble, pel poble i per al poble, però això només pot funcionar si el poble sap què passa en realitat. I aquesta és la missió del periodista, descobrir i difondre el que els que estan en el poder

no volen que sàpigues, el que volen mantenir ocult. I això no-més és possible quan els periodistes poden actuar en un sistema que dóna suport a la independència i a la integritat”.

Fa unes setmanes, vaig llegir aquestes paraules després de veure *La verdad*, un thriller periodístic en el qual un magnífic Robert Redford interpreta Rather i narra el seu controvertit comiat professional. Un cop refrescada quina és la nostra missió, entenc que en lloc de preguntar-nos si davant els canvis polítics que te-

## "HAURÍEM DE SER ENCARA MÉS VALENTS I ATREVIR-NOS A PREGUNTAR-NOS DIRECTAMENT SI ESTEM O NO FENT PERIODISME DE VERITAT"

nen lloc a Catalunya i Espanya estem fent periodisme de trinxera hauríem de ser encara més valents i atrevir-nos a preguntar-nos directament si estem o no fent periodisme de veritat. Crec que n'estem fent poc. El perquè l'hem de buscar en factors estructurals (compartits amb països del sud d'Europa) i conjunturals (context polític, crisi econòmica i revolució digital).

Crec, sincerament, que el periodisme no passa pel millor moment i que tots hi tenim una part de responsabilitat. Proposo penjar les paraules de Rather a les facultats de Periodisme, a les redaccions dels mitjans, als despatxos dels seus propietaris, a les seus dels partits... Però també als menjadors dels domicilis, perquè sense una ciutadania que vulgui saber i estigui disposada a pagar el preu que comporta, cada cop hi haurà menys periodisme. Ç



## LA POLÍTICA NO ÉS LA MILLOR ESCOLA

MARIA JESÚS CAÑIZARES  
DELEGADA D'ABC A CATALUNYA

La combinació de crisi econòmica i convulsió política és explosiva per al periodisme. La retallada de plantilles a costa de redactors sèniors ha deixat la informació en general, i el gènere polític en particular, en mans de persones molt joves que, en lloc de “fer carrer”, han de fer periodisme de despatxos. Dit d'una altra manera, la política no és la millor escola per als que comencen, més vulnerables a determinades directrius editorials.

La informació asèptica no existeix, cada mitjà té una línia editorial, però no és sinònim de falta de rigor. Si el periodista es limita a informar després de contrastar amb diverses fonts, l'enfocament final, que com qualsevol producte respon a una determinada demanda, no té per què desvirtuar el contingut de la notícia. Una altra cosa és que es confongui el redactor amb un opinador o que el periodista es cregui el protagonista de la notícia, la qual cosa ha fomentat el fenomen de la tertúlia. Aquest format ha deixat d'estar nodrit d'experts i, com a recurs fàcil, televisions i ràdios recorren a directors de mitjans, encara que també a periodistes que han estat víctimes de la crisi, necessiten una sortida professional i estan disposats a representar una quota política determinada.

És curiós que es critiquin tant els blocs electorals en període electoral, i no es denunciï a aquest tipus de repartiment ideològic en les tertúlies. La meua experiència personal en aquest tipus de debats no ha estat massa satisfactòria, ja que t'exigeix un tipus d'activisme polític que no té res a veure amb el periodístic.

Aquesta disciplina opinativa contamina la percepció que té la societat dels mitjans. Si la política crea “desafecció”, com va dir l'expresident Montilla, el periodisme també. Això del redactor combatiu em recorda un passatge d'El anticristo de Joseph Roth

## "LA DISCIPLINA OPINATIVA CONTAMINA LA PERCEPCIÓ QUE TÉ LA SOCIETAT DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ"

(1934), en el qual un periodista veterà fa la reflexió següent: “No té sentit apassionar-se. Fixeu-vos en mi; jo era algú que deia la veritat. Mai vaig ser capaç de dir una mentida. Només menteixo des que em van contractar i se'm va pagar per transmetre la veritat. I vostè acabarà fent com jo. Però si es nega a mentir, trobareu que les seves veritats han estat tergiversades de tal manera que preferiria haver dit vostè les mateixes mentides”.

També crec que es mereix una reflexió l'alt grau d'ideologització que han adquirit algunes fonts d'informació, fins i tot en l'àmbit institucional. Les posicions respecte al procés independentista estan tan aferrissades que un periodista que treballa en un mitjà no sobiranista té vetat l'accés a determinades fonts. I el mateix passa al revés, mitjans compromesos amb el secessionisme tenen dificultats per accedir a fonts “unionistes”.

Tot això entorpeix la tasca del periodista que es proposa abordar un tema des de diferents punts de vista i que cada vegada juga amb més desavantatge. La irrupció d'Internet, la precarietat laboral, la manca de recursos i de temps afavoreixen, efectivament, el periodisme de trinxera, però en el sentit literal de la paraula: la nostra professió és cada vegada més dura i menys agraiada. Ç

# EN CLAU FREELANCE

El programa Consolida't ofereix assessorament i formació a autònoms

TEXT **ADRIÁN CABALLERO**

FOTO **ORIOI CLAVERA**



Un dels cursos que formen part del programa Consolida't, que dona eines als periodistes freelance, un col·lectiu que va a l'alça.



**El programa Consolida't, subvencionat per la Generalitat de Catalunya, que enguany ha viscut la primera edició al Col·legi de Periodistes, ofereix una sèrie d'eines formatives i de tutorització destinades a aquells professionals de la informació que treballen pel seu compte. Els participants han après a ser més productius i a potenciar l'àmbit comercial, entre altres aspectes.**

Segons una enquesta publicada a final d'octubre pel diari digital *Report.cat*, impulsat pel Col·legi de Periodistes, un 38% dels periodistes són autònoms. Però si hi ha una dada que sorprèn per la seva magnitud és que, segons aquesta mateixa enquesta, tan sols un 10% d'aquests autònoms tenia previst ser-ho en iniciar la carrera. Parlem, doncs, d'un bon grapat de professionals que treballen pel seu compte en un context d'inestabilitat laboral i que, en la gran majoria dels casos, hi és sobtadament.

Per ajudar, sobretot, el perfil descrit, el Col·legi de Periodistes va adherir-se aquest any al programa Consolida't, impulsat pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya. Aquest programa, dirigit especialment als autònoms, té com a objectiu la formació i el seguiment de professionals que ja

## LA FEINA COMERCIAL PER ACONSEGUIR NOUS CLIENTS ÉS EL PRINCIPAL REPTA DLS QUE TREBALLEN PEL SEU COMPTA

estan establerts pel seu compte —fins ara havien de portar més de sis mesos com a autònoms, condició que desapareix en la propera edició—, però que necessiten una empenta per seguir avançant i millorant com a professionals.

En la primera edició, al Col·legi de Periodistes, han participat trenta-sis persones, que han realitzat, d'una banda, dues sessions formatives per aprendre a dissenyar i gestionar millor el compte

de resultats i la tresoreria, i de l'altra, han pogut escollir entre nou cursos presencials o en línia d'entre cinc i quinze hores, entre els quals s'hi troben temes com “La gestió eficaç del temps”, “L'elaboració de pressupostos” o “El circuit documental”. A més, en paral·lel a les opcions formatives, els participants del programa han tingut l'oportunitat de ser analitzats professionalment en sis sessions de tutories personalitzades, que s'han realitzat durant els onze mesos que ha durat el programa. Tot això ha tingut lloc entre els mesos de febrer i desembre.

### ANÀLISI PERSONALITZADA

Precisament, aquesta anàlisi personalitzada externa és un dels punts més apreciats pels participants del programa. “És una bona oportunitat per saber si ho fas bé i

millorar com a professional”, comenta Maite Baratech, una de les participants.

Per a aquesta periodista, que treballa des de fa vint anys com a

redactora per a diferents entitats i empreses, les tutories són la clau del programa.

“Els tutors et situen a on realment ets. Són com una auditoria”, afirma Baratech, que reconeix que les converses amb els tutors li han servit per millorar en diferents aspectes, més enllà del propi treball com a periodista. Fins i tot, si un té un nivell de feina satisfactori, el Consolida't segueix sent una bona opció, tal com opina una altra participant, Elisabet Gómez, que treballa des de fa anys com a *community*

*manager*, redactora i especialista en SEO.

“En un primer moment, no sabia quin benefici trauria del programa, si bé tenia clar que m'hi havia d'apuntar” explica.

“Es trobava a faltar una iniciativa per a autònoms”, admet aquesta filla també de periodista autònom que destaca que “sempre hi ha espai per a la millora”.

### TASCA COMERCIAL

Oriol Garcés és un dels consultors del programa Consolida't que ha participat en les tutories personalitzades. Al ser preguntat sobre quin és el punt de millora dels participants, respon que, amb claredat, la tasca comercial, ja que es tracta de periodistes que, en molts casos, no esperaven haver de vendre el treball directament i que, per tant, es troben en una situació en què la feina no és només l'estrictament periodística. “A molts els fa mandra i altres reconeixen que no els agrada aquesta tasca comercial”, explica Garcés, que creu que el programa és molt útil perquè la tasca comercial ja no sigui un tabú i aconseguir que sigui part natural de la rutina de treball. “Has de lluitar per guanyar clients de la mateixa manera com et guanyes les fonts”, aconsella aquest consultor amb més de quinze anys d'experiència assessorant empreses i emprenedors.

Aquest aspecte també ha estat central en les trobades que els alumnes han tingut amb Josep Maria Brugués, consultor de comunicació. Les seves tutories, més enfocades a l'aspecte comunicatiu i de *personal branding*, van ser un espai per a la reflexió sobre com enfocar-se comercialment. “En

## TRES PERFILS

El fet d'haver estat el tutor dels periodistes que han seguit el programa Consolidat permet Oriol Garcés, consultor d'empreses, classificar amb humor, però objectivament, els que són, segons ell, els tres tipus de periodistes amb els quals ha tractat al programa:

### ELS "CITRÖEN C15"

Com deia l'anunci d'aquest vehicle, els periodistes que trobem en aquest grup tenen com a lema "m'ho carrego tot": accepten tota feina que els arriba, fins a arribar a pics de molt d'estrès. "Potser no tenen clar què volen fer, si bé comencen a tenir intuïcions", assenyala Garcés, que opina que el Consolidat els ajuda a saber quina opció és la millor.

### ELS "LOST IN TRANSLATION"

Aquest perfil engloba a aquells periodistes que es troben en un moment de confusió professional. Es tracta de persones que han treballat en diferents tipus de feines relacionades amb el periodisme -mitjans, gabinets, gestió de comunitats...- i que ara no tenen clar cap a on enfocar la carrera. També encaixa aquí aquell periodista que treballa massa per a un client i amb el Consolidat aprèn estratègies per redirigir-se.

### ELS "VIRGENCITA, VIRGENCITA: QUE ME QUEDE COMO ESTOY"

Amb aquesta expressió castellana, Oriol Garcés fa referència a aquells periodistes que tenen un nivell satisfactori de feina i d'ingressos. Per això són periodistes "als quals els falta explorar nous camps". A aquest perfil de professionals el programa els aporta noves idees per reforçar la tasca comercial.

molts casos, la principal preocupació dels alumnes és com redefinir o reorientar els serveis que ofereixen" afirma Brugués, que aconsella "no tan sols pensar en els teus clients o clients potencials, sinó també en aquelles agències o persones a les quals pots servir de complement".

Aquesta mentalitat "comercial" també l'hem de traslladar a la fidelització d'aquests clients. "El consell més important que puc donar als alumnes és

## ÉS IMPORTANT APRENDRE A ESTIMAR EL COST DEL TEMPS QUE ES DEDICA A CADASCUN DELS DIFERENTS CLIENTS

que sempre tinguin en ment els clients", afirma Davide Menini, consultor de màrqueting i professor del curs "La gestió comercial i l'atenció al client". "La principal resistència dels alumnes és no voler sortir de l'àrea de confort. Un empresari tendeix a considerar que el seu servei és correcte i això li resta capacitat de tenir una visió més àmplia", adverteix Menini.

Malgrat tot, costa de canviar la manera de treballar d'un dia per a l'altre. Maite Baratech reconeix haver variat els hàbits de treball, especialment en la tasca comercial. "Li dedico més hores, però em costa. Els clients sempre m'han vingut per contactes", admet. Això sí, considera essencial "estar alerta de noves oportunitats" per la incertesa del futur. "Sempre has d'estar preparat pel canvi", aconsella. Aquest pensament és compartit també per Elisabet Gómez, que admet que "quan tens clients fixos, no et plantejes que no hi seran".

## GESTIÓ DEL TEMPS

Un altre punt amb molt marge de millora entre la majoria dels participants és la gestió del temps, un dels recursos més importants en el dia a dia de l'autònom. "Als periodistes els falta interioritzar el concepte de cost d'oportunitat", comenta Oriol Garcés, que adverteix de la impor-

tància d'estimar el cost que té el temps que dediquem al treball per un client. Tant important és aquesta gestió del temps, que el programa li dedica un curs de deu hores. "És un curs molt recomanable. Et donen bons consells. Obvis però imprescindibles", reconeix Maite Baratech.

El concepte amb el qual més alumnes es van quedar en finalitzar aquest curs és el de "lladres de temps", que fa referència a aquell conjunt d'accions que fem quasi

sense pensar, encara que ens poden estar robant minuts i hores de treball i fent-nos molt menys productius, com són mirar contínuament

el correu electrònic, contestar de seguida un whatsapp o fer alhora diferents tasques. Tres exemples d'allò que un periodista freelance ha d'evitar fer si vol ser més productiu i, per tant, si vol aprofitar més el temps.

## QUI POT APUNTAR-SE AL CONSOLIDAT?

Tots aquells interessats a participar en una propera edició del programa Consolidat han de ser treballadors autònoms o bé haver cessat l'activitat com a autònom però estar preparant un nou projecte. També poden formar part del programa els Treballadors Autònoms Econòmicament Dependents (TRADE) i aquells autònoms integrats en una societat civil privada, una comunitat de béns o en una societat limitada (amb menys de quatre persones contractades i una facturació inferior al mig milió d'euros). Per a més informació sobre la propera edició del programa al Col·legi de Periodistes que començarà al febrer, es pot contactar amb Mònica Viñas, responsable de formació ([mvinas@periodistes.org](mailto:mvinas@periodistes.org) o trucant al 93 317 19 20).



Una alumna del curs, que ha abordat aspectes com la gestió del temps o la importància de la tasca comercial, entre altres.

## INICIATIVA RECOMANABLE

El programa Consolida't, ha estat, en línies generals, molt ben valorat tant per alumnes com per professors i consultors. "Estic molt satisfeta del programa. En treus moltes coses de profit", opina Baratech, que aconsella "no dubtar a l'hora d'explicar bé tots els dubtes per rebre els millors consells". Per al professor Davide Menini, el Consolida't és un "gran programa que posa a disposició d'un col·lectiu com els autònoms eines que fins ara només estaven a l'abast de les PIME".

Menini, que ha estat professor en altres edicions del programa celebrades al Col·

legi d'Agents comercials i el de Graduats Socials, creu que és un bon instrument per a tots aquells que tenen "la necessitat d'aprendre a ser emprenedors".

## UN ASPECTE AMB MOLT MARGE DE MILLORA ÉS LA GESTIÓ DEL TEMPS PER APRENDRE A SER MÉS PRODUCTIUS

Per la seva banda, Oriol Garcés, creu que és un "magnífic espai per reflexionar. Les tutories consisteixen en una bona oportunitat per dedicar dues hores al mes a analitzar la feina feta, i reflexionar sobre els objectius de futur". Garcés recomana a tothom que en tingui l'oportunitat que s'hi sumi. Aquesta recomana-

ció també la fa Josep Maria Brugués, un altre consultor del programa, que veu el Consolida't com "un gran suport per a professionals autònoms, que en molts moments tenen la sensació d'estar sols i desemparats".

Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya, satisfets per

l'èxit d'aquesta primera edició, repetiran l'experiència el 2016. Amb aquest programa els freelance tenen l'oportunitat de rebre un assessorament i una formació per millorar en aspectes que no es relacionen directament amb la seva qualitat com a professionals. Com diu l'Elisabet Gómez, alumne d'aquesta primera edició, "sempre s'agraeix una iniciativa pensada per a periodistes autònoms". Ç

"LA PRINCIPAL RESISTÈNCIA ÉS NO VOLER  
SORTIR DE L'ÀREA DE CONFORT"

DAVIDE MENINI, CONSULTOR



*Entrevista a Milagros Pérez Oliva, periodista  
i Premi Margarita Rivièrè*

# "NO QUEDA CLAR COM SERÀ EL PERIODISME DEL FUTUR"

Milagros Pérez Oliva és la primera guardonada amb el Premi Margarita Rivièrè al rigor periodístic amb visió de gènere impulsat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya amb el suport del Col·legi de Periodistes i l'Ajuntament de Barcelona. En aquesta entrevista, Pérez Oliva, que fa més de trenta anys que treballa a *El País*, repassa, amb mirada lúcida i analítica, el paper, pioner, que va tenir Rivièrè en la professió, a més de reflexionar sobre els problemes amb què topen les diferents generacions de periodistes.

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTO SERGIO RUIZ

**Tu has guanyat altres guardons, però el Premi Margarita Rivièrè porta el nom d'una persona a qui coneixies i que ha mort recentment. Com et sents?**

Una mica aclaparada. La Margarita col·laborava amb *El País* i dos dies abans de morir vaig trucar-li perquè m'envies l'article. Al mateix temps, el seu marit m'estava trucant per dir-me que no ho podria fer. Realment va ser una pena. Era una dona molt coratjosa i fins a l'últim moment va estar amb la pulsio de l'actualitat. Aquest premi és una responsabilitat molt gran, perquè era de les pioneres del periodisme, de les que ha obert camí en la professió. I també va ser pionera a l'hora d'assumir responsabilitats i pel periodisme compromès, ja que era molt inquieta i no

es conformava amb la primera explicació. Sempre buscava les causes de les coses. Des d'aquest punt de vista, hem perdut un referent intel·lectual important.

**El jurat destacava la teva "excel·lència periodística". Ara bé, es pot aconseguir aquesta excel·lència amb les condicions laborals actuals? En una enquesta del *Report.cat*, un 54% dels periodistes se sentien explotats...**

El clima a les redaccions ha canviat molt. Venim d'una exuberància econòmica, sobretot als vuitanta i noranta i, de sobte, les redaccions s'han encongit, han aplicat algun ERE, etc. I això fa que els periodistes visquin enmig d'una inseguretats laboral i tot el que s'interpreti com que poses en risc la carrera professional, pot ser un fre.

Molts cops inconscientment la tendència és a no buscar-se problemes i no exercir un periodisme que molesti els poders.

**De totes maneres, la necessitat de publicitat o els lligams amb els bancs fan que el periodisme d'investigació molesti més que mai a la pròpia empresa.**

S'han produït diverses coses. Els periodistes han de perseguir uns fets que, perquè estan amagats, no són fàcils de trobar. I malgrat les moltes eines d'investigació, amagar és més fàcil fins i tot que abans. Casos com el Gürtel, el Palau o els Pujol són de fa anys i, en canvi, el periodisme d'investigació no ha aconseguit arribar al cor d'aquestes trames. Tan sols ha estat possible quan una investigació judicial hi



## PERFIL

Milagros Pérez Oliva (Eriste-Osca, 1955) és llicenciada en Ciències de la Informació, especialista en temes biomèdics, professora universitària i col·laboradora de mitjans com TV3 o la SER. Des de 1982, treballa a *El País*, on va arribar a ser redactora en cap. Va formar part de la Junta del Col·legi de Periodistes, sent vicedegana de la institució. A part d'aquest darrer Premi Margarita Rivièrre, també ha obtingut el Premi Nacional de Periodisme, el Premi Unicef o el Grífols de Bioètica, entre altres.

ha entrat. Per tant, és més difícil que abans, atès que el poder està més blindat i té més eines de camuflatge.

### I les redaccions, menys recursos.

Les redaccions dels mitjans amb equips d'investigació els van desmantellar, i ara només en tenen els grans diaris. I, a més, fa la impressió que algunes grans exclusives dels últims anys fossin fruit del periodisme d'investigació quan eren filtracions interessades. I el que també ha erosionat la credibilitat dels mitjans és que no sempre som transparents sobre el periodisme que fem.

### Molts quedarien en evidència.

Un dels controls de qualitat més importants és que els procediments són tan importants com els continguts. Com ara hi ha molta capacitat d'engany i molts poders intenten manipular l'opinió pública, és més important que mai que a les informacions apareguin elements amb què el lector pugui determinar si la informació és fiable o no. Si no és així, aquest pot arribar a la legítima conclusió que és una informació interessada, manipulada i filtrada per erosionar o trencar la carrera política d'algú. El periodisme ha de clarificar, ajudar a entendre el que passa. I aquest periodisme de filtració el que fa és embolicar, és el que es coneix com *la màquina del fang*.

### Llençar porqueria.

En els últims deu o quinze anys l'arquitectura de la Transició s'ha fet malbé per culpa d'un sistema bipartidista que ha colonitzat les institucions i n'ha partiditzat el funcionament. I, en una fase posterior, la batalla política s'ha traslladat al control dels mitjans. Primer, als públics –amb lleis que creen dependència governamental–, però també als privats, ja que la televisió s'ha mostrat determinant per a la creació de l'opinió pública. Ho hem vist amb el fenomen Podemos.

### Per crear líders, segur.

Per crear líders però, sobretot, per crear els *frames*, els marcs conceptuals que emmarquen el debat ideològic. Les batalles

"MARGARITA RIVIÈRRE SEMPRE BUSCAVA ANAR MÉS ENLLÀ, LES CAUSES DE LES COSES. HEM PERDUT UN REFERENT INTEL·LECTUAL IMPORTANT"

polítiques no es guanyen o es perden en les votacions al Parlament sinó deu anys abans, quan s'ha establert el marc de discussió del problema. Quan els polítics discuteixen si retallar o no les pensions, aquesta batalla s'ha anat guanyant o perdent durant deu anys, quan els mitjans han estat presentant l'envelliment de la població com una catàstrofe natural perquè

som massa gent i, per tant, cal retallar les pensions. I els *spin doctors* dels partits saben que la batalla de l'opinió pública és fonamental, i que crear els *frames* favorables a les posicions del partit es fa a través dels mitjans de comunicació. I això explica, en part, per què en l'ecosistema mediàtic espanyol hi ha tants mitjans no rendibles que es mantenen...

### Tu has estat Defensora de lector, una feina ingrata...

Hi ha molts pocs mitjans que tinguin aquesta figura de control de qualitat intern. Per tant, qui ho exerceix ho ha de fer de veritat. Una altra cosa és que les coses es poden i s'han de dir bé. I quan els lectors veuen que et prens el càrrec seri-

osament, estimules que t'escriguin més. És una figura, però, que tota la redacció sap que és ingrata. A ningú li agrada sortir al Defensor del lector.

Poques professions tenen un control de qualitat no exclusivament intern. A la policia hi ha mecanismes d'investigació interna, encara que no ho publiquem.

### La merda la netegen a casa.

Es queda a dins. I, en canvi, nosaltres ho publiquem, fet que li dona la credibilitat. I aquesta transparència és molt incòmoda

per als periodistes que han fet alguna cosa malament. I el Defensor sap que la seva feina consisteix, precisament, a causar un disgust a algú cada setmana.

### **Parles de redaccions, tot i així, la majoria d'estudiants de Periodisme**

"MOLTS COPS LA TENDÈNCIA DEL QUE PATEIX INSEGURETAT LABORAL ÉS NO EXERCIR UN PERIODISME QUE MOLESTI ALS PODERS"

### **treballaran a gabinets, com a consultors, etc. Tu treballes a *El País* des de 1982. Ets sens part d'una generació d'"últims mohicans"?**

No els últims mohicans, però sí l'última generació de periodistes que exercim en aquest ecosistema. La meua generació ha arribat a la maduresa professional enmig de tres crisis superposades: l'econòmica, la sorgida arran del paradigma d'Internet i la crisi de credibilitat.

### **A l'enquesta del *Report.cat*, els periodistes susprenen amb un 4,52 la credibilitat dels mitjans...**

És clar! Perquè som conscients del que passa. Per exemple, molts mitjans ja no tenen corresponsals a l'estranger. Es pot fer la mateixa informació sobre els refugiats sense tenir gent sobre el terreny i a base de fer "retalla i enganxa"? Amb tot, els canvis són més profunds que això. En els millors dels casos, els diaris que no han mort pateixen una metamorfosi que canvia radicalment les condicions en les quals es fa el periodisme. El periodisme és més necessari que mai, seguirà sent necessari, encara que no queda gens clar com serà en el futur. Les redaccions pensades per fer un producte cada vint-i-quatre hores ara treballen en el continu comunicacional. I ja no tenen lectors per tenir audiència. I això és un canvi important.

### **Tu vas ser de les primeres periodistes a especialitzar-te en salut a Espanya. El periodisme científic havia millorat molt. No sé si la urgència**

### **constant actual s'està carregant el que s'havia après pel camí?**

En part, sí. Amb la crisi del 2008, l'Associació de periodistes científics dels Estats Units va constatar que el primer a retallar en les redaccions era el periodisme especialitzat. Molts grans mitjans espanyols ja no tenen especialistes, mentre que el periodisme digital torna a posar en valor el periodisme "tot terreny" per al qual calen periodistes molt polivalents. La tendència a les redaccions —l'última reforma d'*El País* va per aquí— són grans equips que ja no estan dividits per seccions. Varem tenir uns anys de periodisme especialitzat i, ara, tenim la tendència contrària.

### **Ens carreguem els corresponsals, els especialistes...**

Sí, i quin és el resultat? A les enquestes del CIS la ciutadania situa el periodisme al final de tot, i sis de cada deu considera que no es pot confiar de les notícies. La societat

"FEIA LA IMPRESSIÓ QUE ALGUNES EXCLUSIVES DELS ÚLTIMS ANYS FOSSIN FRUIT DEL PERIODISME D'INVESTIGACIÓ, QUAN EREN FILTRACIONS"

percep que els mitjans estan atrinxerats en posicions ideològiques i ha arribat a la convicció que per assabentar-se del que passa cal llegir més d'un diari. Així que miren més d'un mitjà digital. El problema és que la veritat dels fets no és el promig de les diferents interpretacions esbiaixades sobre aquesta realitat. I, davant d'això, el ciutadà està indefens, ja que pot creure que amb aquest promig ja es fa càrrec del que passa, quan no és així. No és una qüestió de promitjos, és una altra cosa. Que el ciutadà hagi de fer aquest tipus de càlcul és una catàstrofe.

### **En una professió tant canviant hi ha coses, però, que semblen que són immutables. Quan veurem una dona**

### **dirigint un gran diari a Catalunya o Espanya?**

Em va alegrar molt que el *New York Times* nomenés directora Jill Abramson, tot i que va durar molt poc. I el següent ja ha estat un home. Fa molts anys que de les facultats surten més dones que homes, i molt ben preparades. En canvi, les dones no estan millor que quan la Margarita Rivièra va començar a acceptar càrrecs de responsabilitat. Els últims anys, la situació de les periodistes en les cúpules dels diaris fins i tot ha retrocedit.

### **I com expliquem això?**

Té a veure, primer de tot, amb el fet que els mitjans sempre han estat mitjans de poder. Ara més que mai, hi ha unes sinèrgies entre el poder masculí dels partits i les entitats financeres i el poder masculí dels mitjans, que no es vol retirar. D'altra banda, hi ha les condicions laborals. Els directius dels mitjans, com a les grans empreses, han d'entregar-se en cos i ànima, unes condicions competitives que s'estan estenent més enllà de les àrees de màxima decisió, perquè degut al procés de desre-

gulació i desorganització de les empreses periodístiques, les condicions de treball són cada cop més d'autoexigència. Els freelance viuen en

una gran situació d'estrès i s'autoexploten, sobretot quan estan més actius, entre els 30 i 50 anys. I aquests són els anys en què les dones han de decidir si volen tenir fills. Així que, tant si són directives com freelance, entra en contradicció amb les aspiracions a tenir una família, fills, amics...

### **...vida.**

Vida! I, per tant, moltes dones que podrien ser directives han de decidir si volen estar sotmeses a la feina de manera tant competitiva perquè després, quan et facin un ERE o et treguin la confiança, ja no puguin tenir els fills que volies tenir? Per sort, cada cop hi ha més gent, més homes, que veuen que aquest sistema porta a l'estrès, a les crisis d'angoixa, a la infelicitat. Ç

# EL FUTUR SERÀ DISTRIBUÏT

La intermediació amb les audiències,  
clau per entendre el periodisme dels propers anys

TEXT LINA MARÍA AGUIRRE JARAMILLO



Les xarxes socials tenen un paper clau en la intermediació entre la notícia i l'audiència. Foto: Facebook

**El 2015 ha estat el de la distribució de continguts, un aspecte clau del futur del periodisme. Plataformes diferents als mitjans guanyen terreny en la intermediació amb les audiències. L'empresari Jonathan Glick ja ho va anticipar, el 2014, a Twitter quan va escriure “*platish or perish*” en referència al “*publish or perish*” (“publicar o morir”) que s’escolta als passadissos universitaris. Era una barreja de *platform* (plataforma) i *publish* (publicar) i dóna una idea de com els mitjans s’enfronten a un “altre moment existencial”, tal com va batejar-ho el investigador Ken Doctor al informe *Newsonomics* del NiemanLab de Harvard.**



Cada vegada més persones accedeixen i consumeixen les notícies des de les xarxes socials. Això es fa cada cop de manera més freqüent des d'un dispositiu mòbil, la major part de les vegades des d'un telèfon intel·ligent i no pas des de l'aplicació pròpia d'un mitjà. Així doncs, les notícies es busquen i es troben fora dels mitjans i són distribuïdes per empreses com Facebook, una versió actualitzada de grans empreses de telecomunicacions com Verizon o Comcast.

Es tracta d'un "nou moviment volcànic digital i tenim poca idea de com pot ser el final", afegeix l'investigador Ken Doctor,

## LA PREMSA TÉ LES NOTÍCIES, PERÒ ELS NOUS DISTRIBUÏDORS DISPOSEN DE LA UBIQUITAT I D'UNA MILLOR CAPACITAT TÈCNICA

reconeixent que ja s'ha acumulat prou experiència amb la plataforma de publicació Flipboard, però que aquesta encara no ha generat cap "moviment tectònic" (almenys en les finances de cap mitjà interessat). Tot i això, el 2015, s'ha iniciat una nova fase en els models de negoci periodístic davant els quals han d'estar preparats els mitjans que en els propers anys vulguin seguir explicant històries.

Ara bé, no tots els distribuïdors són iguals. Alguns ofereixen un espai de publicació, altres una versió seleccionada en forma de menú en què es combinen notícies o bé un llistat de capçaleres. A continuació, mostrem alguns dels principals distribuïdors que operen en l'actualitat:

### APPLE NEWS

Malgrat la semblança amb Flipboard, el nou servei d'Apple, que estarà disponible per a dispositius a tot el món (inicialment als Estats Units, el Regne Unit i Austràlia) és una aposta forta de l'empresa de la poma. Els propietaris del dispositiu escol·len els temes i els mitjans que són del seu interès i Apple News els reuneix en un paquet especial presentant-ho de manera

atractiva i personalitzada. Els mitjans disposen d'eines de disseny personalitzables: fluïdesa, tipografia, imatges enriquides (vídeo, animacions) que el sistema optimitza en tots els equips IOS, així com mesuraments i un pla de monetització: el 100% dels anuncis venuts pel mitjà i un 70% si els ven a través d'iAd, la plataforma de publicitat d'Apple. A més, compta amb el grup d'editors i algorismes d'Apple que poden arribar a "entendre" més d'un milió de temes diferents. Potser, com deia entusiasmat Joshua Benton del Nieman Lab el 8 de juny, "allà també hi haurà alguns llocs de feina per a periodistes!". Apple News vol atraure lectors casuais als quals agradi trobar-ho tot en un mateix espai i presentat de manera atractiva.

### TWITTER LIGHTNING

Una de les crítiques constants a Twitter és la desorganització. La gent mira la pàgina i li costa saber quins són els temes prioritari. El projecte Lightning busca solucionar aquest problema amb una oferta de contingut seleccionat basat en actes noticiosos que inclou imatges instantànies que permeten immersió (tant fotos com vídeos) de tal manera que constitueixin una experiència que pugui ser incorporada en molts llocs webs, i fins i tot en aplicacions. L'experiència estarà

## FACEBOOK APOSTA PER LES NOTÍCIES AMB INSTANT ARTICLES I TWITTER LIGHTNING VOL SOLUCIONAR LA DESORGANITZACIÓ DE L'EMPRESA DE L'OCellet

disponible també per a persones que no siguin usuàries de Twitter.

### HUFFINGTON POST

És l'exemple d'un *platish* (barreja de *plataforma* i *publicació*) per naturalesa. Va néixer com un mitjà híbrid (editor i plataforma) i amb el pas del temps ha crescut amb

l'expansió de l'equip editorial, opcions per a blocs, contingut generat per als usuaris, projectes de micromecenatge de diferents fonts i aliances amb ONG, escoles i universitats per *cross-post* (publicar el mateix missatge per múltiples canals d'informació).

### INSTANT ARTICLES

La passada primavera, Facebook va llançar l'aposta de continguts i notícies, inicialment, en la versió per a IOS, si bé s'espera que, properament, també estigui disponible per a Android. El *Washington Post* s'ha llançat de cap en aquest programa oferint publicar tots els continguts a la plataforma, que al principi tenia nou socis, en la qual no paren de sumar-s'hi mitjans especialitzats com Mic, dirigit als *millennials* (els nascuts entre 1981 i 1995).

### NUZZEL

És una creació de Jonathan Abrams, un veterà de Silicon Valley. Es tracta d'una aplicació que funciona com un lector social de notícies que organitza les històries més populars entre els contactes d'una persona a Facebook i Twitter i a partir d'aquestes dades genera, automàticament, un butlletí que s'envia diàriament per correu electrònic. En diferents llocs webs ja s'ha popularitzat l'expressió *tenir un nuzzel* o *rebre un nuzzel* com quelcom desitjable i com una eina que permet que algunes notícies que mereixen atenció llueixin encara que mai s'hagin publicat a les primeres pàgines d'un mitjà.

### BUZZFEED DISTRIBUTED

Aquest mitjà, un dels més actius de la Xarxa, ha creat aquest any un equip de vint persones per crear contingut original exclusivament per a plataformes com Tumblr, Imgur, Instagram, Snapchat, Vine, i que mai es veurà al web de BuzzFeed. D'altra banda, amb Snapchat (la xarxa so-

## PARAULES CLAU A TENIR EN COMPTE

### MÒBIL, WEB, APPS, DISPOSITIUS

Cada vegada més persones busquen i reben les notícies mitjançant la cerca en un explorador, el lloc mòbil d'un mitjà periodístic, notificacions o aplicacions. Aquests últims són els menys utilitzats, segons l'Informe Reuters Institute for the Study of Journalism (2015). Aquest estudi diu que del 70% de persones amb una aplicació al seu telèfon intel·ligent, tan sols una tercera part la utilitza al llarg de la setmana. A països com el Regne Unit, Dinamarca i Finlàndia, la majoria d'usuaris van directament al lloc web, mentre que a Espanya, Itàlia, Brasil i Japó la majoria utilitza el motor de cerca. Per a un 25% de tota la mostra, el mòbil és el principal dispositiu, mentre que entre els menors de 35 anys, aquest percentatge ascendeix a un 41%. Una altra dada és que baixa l'ús de tauletes i que l'ordinador és més important a l'oficina, mentre el telèfon és més utilitzat en espais personals i socials.

### SOCIAL

Les xarxes serveixen, sobretot, per veure notícies de darrera hora o notícies d'esports, tecnologia i entreteniment, mentre que el correu electrònic és lleugerament preferit per a la política i els negocis. De mitjana, la gent recorre tan sols a unes quantes fonts de notícies de confiança al seu mòbil, 1,52 per persona, menys de les que utilitza a l'ordinador o la tauleta. A l'hora d'informar-se, Facebook (un 41% accedeix a notícies cada setmana gràcies a aquesta xarxa social) s'ha beneficiat de ser propietari de WhatsApp i Instagram i ha reforçat, d'aquesta manera, el poder de "descobriments social". L'informe del Pew Research Center i Knight Foundation d'enguany indica que Facebook és la xarxa més popular als Estats Units, amb un 63%, però que un 57% la consulta mentre realitza altres activitats. En canvi, un 62% considera Twitter com el mitjà més útil a l'hora d'informar-se de l'actualitat.

### CONFIANÇA

A Alemanya, l'ús de la televisió, en els darrers temps, no s'ha vist afectat i el creixement de les xarxes és menys pronunciat. Allà, Correct!V, nascut el 2014, va creixent en reputació i en inversió. Als Estats Units i Finlàndia, l'accés en línia supera la televisió, i en països com Espanya, França, Itàlia i Brasil, els mitjans socials són considerats més importants que els impresos. Segons l'Informe Reuters Institute for the Study of Journalism, la televisió es manté com el mitjà de major precisió i fiabilitat, i fins i tot usuaris de mitjans socials li concedeixen més valor –un 37% sobre un 12%– que als mitjans socials. Nic Newman, investigador del Reuters Institute, subratlla que "les xarxes socials no són vistes com un destí de periodisme fiable i veraç, sinó com un mitjà per accedir-hi". La confiança en els mitjans tradicionals se situa en un 68% a Finlàndia, un 35% a Itàlia, un 34% a Espanya i un 32% als Estats Units.



La primera botiga oficial d'Apple a França està a Carrousel du Louvre, a París. Foto: Apple

cial coneguda pel *sexting* –fer-se fotografies en actitud provocativa per enviar-ho a algú de confiança– i per la promesa que les imatges "desapareixen" al cap d'uns segons) arriba Discover, un nou espai ofert a una dotzena de mitjans perquè publiquin històries directament a la seva aplicació.

### I GOOGLE?

Facebook no està exigint una comissió per la publicitat venuda a Instant Articles, però segurament ho farà en un futur. Una comissió raonable pot posar les bases d'unes noves relacions comercials a llarg termini i podria passar el mateix que ocorre amb Apple, que ofereix una proposta bastant estable amb o sense iAd. Tot i així, mentrestant, i Google? El gegant de

## ESCENARIS DE FUTUR DEL 2025

L'estudi del Dutch Journalism Fund (2015), focalitzat en els Països Baixos, però rellevant a nivell internacional, finalitza amb quatre possibles escenaris de cara al 2025. La investigació aborda dues incerteses principals: els públics lectors de notícies busquen un canvi radical o mesurat? I com serà l'acceptació de la tecnologia en el futur? Els quatre escenaris de futur són els següents:

"Saviesa de la multitud": Preval l'economia compartida i nous negocis periodístics prevalen sobre la indústria de la premsa tradicional, però sotmesos a pressupostos baixos i a un finançament tipus micromecenatge. El públic manté una saludable actitud escèptica davant dels grans poders mediàtics com Apple o Facebook.

"Un grapat de pomes": Les grans empreses de tecnologia han imposat la seva agenda i controlen la xarxa de distribució de notícies, amb mecanismes cada cop més especialitzats de personalització, mentre que la indústria periodística tradicional ha desaparegut i està dominada per la tecnologia.

"El comptat": Les grans capçaleres no sobreviuen, si bé han estat reemplaçades per publicacions locals i regionals amb una orientació cap al periodisme cívic, que treballa conjuntament amb les comunitats.

"El joc de Darwin": Les organitzacions mediàtiques s'adaptaran o moriran. Han de conèixer i saber com relacionar-se molt millor amb el públic al qual es dirigeixen, que ha desenvolupat un sistema molt exigent de paràmetres de qualitat basat, primerament, en la transparència del treball periodístic.

les cerques ha iniciat converses amb vuit editors europeus —en bona part degut a les accions legals en contra seu—, ara bé, la Digital News Initiative pretén actualitzar l'estratègia de Google News i equiparar-se amb Facebook i Apple.

## MONETITZACIÓ I CONTINGUT

La premsa, doncs, té les notícies però els nous distribuïdors tenen la ubiqüitat i, a més, disposen d'una millor capacitat tècnica com els milions de dispositius Apple i l'operació per aconseguir un Internet súper ràpid. El desenvolupament de les plataformes sorgeix del trànsit que atrauen

## ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ ES MOSTREN PREOCUPATS PER L'EXCESSIVA DEPENDÈNCIA D'AQUESTES GRANS PLATAFORMES

webs com Facebook, Twitter, Pinterest i acumulen grans audiències digitals.

Si el cost no augmenta, per què no jugar a aquest joc? L'investigador Frédéric Filloux en parlava a *El nuevo juego de redistribución de noticias*, publicat al seu Monday Note del 14 juny. La majoria de les aliances entre premsa tradicional i altres mitjans web ha sigut per vendre subscripcions i anuncis, encara que ara existeix la possibilitat

"LES XARXES SOCIALS NO SÓN VISTES COM UN DESTÍ DE PERIODISME FIABLE I VERAÇ, SINÓ COM UN MITJÀ PER ACCEDIR-HI" NIC NEWMAN, REUTERS INSTITUTE

d'oferir continguts acompanyats d'ofertes comercials. L'objectiu és acostar els mitjans a públics en ambients mòbils, amb majors recursos per fer narrativa i amb publicitat digital. Amb tot, el negoci se'n va fora del lloc web... Fins a quin punt serà rendible, comparada amb l'obtinguda en el mateix web? Ken Doctor suggereix un 50-50. El web del mitjà pot oferir un major valor de continguts pel públic i de publicitat per a anunciants, amb perso-

nalització i integració. En la plataforma externa, en canvi, es pot rastrejar l'activitat de cada usuari. Però hi ha aspectes a tenir en compte. Per exemple, la connexió amb el públic pot diluir-se amb un intermediari. Kinsey Wilson, vicepresident de producte i tecnologia del *New York Times*, ha assegurat que per a ells "la relació directa és un mínim bàsic" requerit.

## EDITORS SENSE INICIATIVA

Els mitjans també es mostren preocupats per l'excessiva dependència de les plataformes. El trànsit està molt repartit i, segons estudis recents, menys de la meitat prové de visites directes al web del mitjà. Un terç provenen de Google, mentre que les xarxes socials van guanyant terreny.

Una manera de mitigar la dependència amb una plataforma és evitar la monogàmia i treballar amb diversos grans distribuïdors. Ara bé, els editors no porten la iniciativa. Aquestes empreses es mouen a la velocitat de la llum mentre els mitjans tradicionals es queden titubejant. Els mitjans coneixen molt millor el negoci periodístic, però són les grans companyies tecnològiques les que posen les condicions.

És això distribució o canibalització? El procés mostra una nova pèrdua de poder dels editors i, a més, els beneficis encara estan per veure. Ken Doctor es pregunta si algú visitarà el web d'un mitjà o la seva aplicació el 2020. I David Remnick, director de *The New Yorker*, explicava al *Guardian*, el 25 octubre, el perquè encara està en converses amb Instant Articles. "Senzillament, —deia— no puc entregar material i emocionar-me per un salt en el trànsit que no suposa un benefici real. Quin és el meu negoci? Ajudar Facebook?". Ç



# QUI HI HA AL CAPDAVANT DELS MITJANS PÚBLICS?

Deu anys després de l'aprovació,  
la Llei de l'audiovisual  
segueix sense aconseguir  
la despolitització que propugna

TEXT FRANCESC PONSÀ  
FOTOS DANI CODINA

Els mitjans públics haurien de ser, tal com dicta la Llei de l'Audiovisual, gestionats sense ingerències polítiques. La realitat, però, és ben diferent. Una dècada després de l'aprovació, hi ha nombrosos claroscurs i molts periodistes, sobretot els de les grans corporacions, encara que també els de l'àmbit local, segueixen sentint el pes dels polítics en el dia a dia. En un any amb nombroses cites electorals, la demanda d'una informació veraç i lliure segueix més vigent que mai.

La Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya del 2005, de la qual enguany s'han complert deu anys de l'aprovació, recull els principis bàsics de funcionament dels mitjans públics: autonomia de gestió efectiva davant la direcció política i garantia de gestió per part de professionals de la comunicació. En l'àmbit local, la llei explicita que els nomenaments dels màxims responsables s'han d'aprovar per una majoria qualificada. Però malgrat la claredat de la llei, encara es produeixen ingerències polítiques.

Segons Ramon Espuny, president del Sindicat de Periodistes de Catalunya al capdavant de la secció sindical de Televisió de

Col·legi de Periodistes de Catalunya, que va emetre un comunicat en què criticava que “nomenar directius per afinitats partidistes genera descrèdit i desconfiança a la ciutadania, que veu com es posa en qüestió el seu dret a una informació veraç, plural i lliure”.

D'acord amb això, tant el Col·legi com els sindicats exigeixen que els treballadors dels mitjans públics puguin treballar sense condicionants polítics, i estar regits per criteris professionals. Per garantir aquesta independència informativa, s'han de convocar concursos públics oberts i transparents — tal com passa a les democràcies europees — per escollir els directius dels

mitjans públics en base a criteris de consens o de majories qualificades, que afavoreixen els perfils professionals. De fet, això és el

que es perseguia, el 2005, amb l'aprovació de la Llei 22/2005, de 29 de setembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.

## EL NOMENAMENT D'ELADIO JAREÑO, CAP DE COMUNICACIÓ DEL PP, COM A DIRECTOR DE RTVE A CATALUNYA, VA AIXECAR NOMBRESES CRÍTQUES

Catalunya, “a la majoria de mitjans públics no es prima el criteri de competència professional i d'independència, que està escrit a les lleis”. Per Espuny, “la involució legislativa produïda a grans corporacions com la CRTVE o la CCMA, de lluny les més importants, impossibilita poder aplicar aquests criteris”.

La llista de nomenaments al capdavant dels mitjans públics amb criteris polítics és llarga. Un dels darrers casos va ser el d'Eladio Jareño, responsable de Comunicació del Partit Popular de Catalunya i assessor personal de la presidenta, Alicia Sánchez Camacho, com a director de RTVE a Catalunya. Aquest nomenament va provocar nombroses crítiques, com la del

neïtat dels candidats. L'objectiu d'aquest article és prioritzar la vàlua professional per damunt dels criteris polítics.

L'elecció del director de Barcelona Televisió (BTV) s'ha destacat per la polidesa del procés. A final del 2014, el Consell d'Administració d'Informació i Comunicació de Barcelona (ICB) —l'empresa municipal que gestiona la cadena— va escollir el periodista Sergi Vicente com a director de BTV en substitució d'Àngel Casas, que va deixar el càrrec per jubilació. L'èxit del nomenament rau en el predomini dels criteris professionals que es recullen en el reglament d'organització i funcionament del servei públic de BTV. Els cinc membres que conformen el Consell d'Administració han d'acreditar mèrits professionals rellevants i el seu nomenament ha de ser aprovat per dues terceres parts del ple municipal. És potestat d'aquests membres nomenar el director de BTV. Vicente va ser escollit per unanimitat. La preponderància dels criteris professionals i l'obligatorietat de l'acord fan d'aquest procés un exemple de bona praxi.

Un altre cas d'èxit ha estat el de Ràdio Arenys de Mar. Josep Bayo, director de l'emissora, recorda que va ser el primer cas on es va aplicar el procediment derivat de la Llei de l'Audiovisual. En primer lloc, el desembre del 2007 es va dissoldre el patronat de la ràdio i es va crear una comissió d'estudi per redactar un nou estatut i elaborar un reglament de règim intern per donar lloc a una entitat pública empresarial (EPE), el maig del 2009. L'any abans, Bayo va ser proposat al càrrec de director de la ràdio local i va ser ratificat pel Consell d'Administració de la EPE.

### PROCÉS EXEMPLAR

La llei recull a l'article 33.2 que correspon al ple, l'assemblea d'electes o l'òrgan plenari corresponent el nomenament per majoria qualificada de dos terços dels màxims responsables de la gestió del servei, d'acord amb el que estableix el reglament d'organització i funcionament del servei.

Aquest nomenament s'ha de fer a partir de l'informe preceptiu d'un consell de naturalesa consultiva i assessora, que ha d'avaluar la capacitat, el mèrit i la ido-



El cas de BTV —en pàgines anteriors i sobre aquestes ratlles— va destacar pel procés exemplar que va suposar l'elecció del nou director de la cadena.

“Abans de presentar-me al càrrec em vaig reunir amb els representats dels partits polítics per si tenien alguna objecció. Es podria dir que vaig ser un candidat de consens”, afirma Bayo, que cada quatre anys ha de renovar en el càrrec, però que no respon al cicle polític sinó a la

d'administració són molt efectius. No hi ha debat polític”, assegura.

### EL CAS DE BADALONA

Amb tot, la llei també contempla el supòsit de desavinences. En aquest cas, els conflictes que es deriven de l'aplicació del reglament poden ésser remesos al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) perquè hi exerceixi la mediació. Si els candidats obtenen un vot majoritari, però inferior a les dues terceres parts, s'ha de remetre l'expedient al CAC i aquest ha de fer proposta al ple.

El bloqueig de la designació dels membres del Consell d'Administració de la societat

Badalona Comunicació, SA, que gestiona la ràdio i la televisió públiques en aquest municipi, ha estat l'únic cas en què ha intervingut el CAC. L'any 2012, el llavors alcalde, Xavier Garcia Albiol, es va adreçar al Consell perquè els candidats proposats no havien aconseguit el quòrum mínim exigible. L'afer es remunta a la destitució de tots els membres del consell d'administració de Badalona Comunicació que representaven l'oposició municipal després de la polèmica per la prohibició de cantar *L'Estaca* a la cloenda del festival Filmets. Un fet que el Col·legi va denunciar advertint que constituïa “un nou abús de caire autoritari, impropri d'una democràcia”.

L'acord del CAC va subratllar la importància que en la designació dels membres del Consell d'Administració de Badalona Comunicació, SA es tingués en compte,

## ELS CASOS DE BARCELONA TELEVISIÓ I RÀDIO ARENYS DE MAR DESTACAQUEN PER LA POLIDESA DELS SEUS RESPECTIUS PROCESSOS

presentació i l'aprovació d'un projecte. El director de Ràdio Arenys de Mar destaca que el Consell d'Administració de la ràdio està “despolititzat”, ja que està format per quatre professionals i un polític de l'ajuntament. “Els polítics no tenen majoria. I això ajuda molt. Els consells



## PASSES DECISIVES, PERÒ INSUFICIENTS

Els atemptats de París van evidenciar la importància de tenir uns mitjans públics potents, que apostin per una informació veraç, objectiva, equilibrada i plural. La Llei de l'Audiovisual, aprovada fa deu anys, definia aquests principis generals. Els emplaçava a ocupar “un lloc central” en l'espai comunicatiu català. Havia de servir per dotar-los d'estabilitat, viabilitat i despolititzar-los.

Una dècada després, en alguns aspectes, és una declaració d'intencions. En termes generals, és innegable la gran feina que fan, com certifiquen els seus elevats nivells d'acceptació ciutadana. Ara bé, la llei exigeix l'autonomia respecte el govern de torn -sigui a nivell local com català- i la llista de despropòsits, malauradament, encara és llarga: nomenaments i cessaments en funció d'interessos electorals, alteració de les graelles per pressions partidistes, precarietat pressupostària, manca d'estabilitat laboral... També diu que els mitjans locals han de tenir contractes-programa i parla de respectar l'equilibri territorial, però les retallades han encongit les xarxes de corresponsals. Parla de pluralitat, no de rellotges ni ordre de les notícies (blocs electorals). La despolitització no passa per canviar el control del govern pel dels partits. Directius i consellers s'han d'escollir per mèrits professionals, com reclama el Col·legi de Periodistes.

### Carles Prats

Periodista i responsable del Grup de Treball de Mitjans Públics del Col·legi de Periodistes

preferentment, persones de mèrits professionals rellevants. De la mateixa manera, va demanar que es realitzés una nova proposta en relació amb aquelles candidatures que no havien assolit el quòrum dels dos terços del ple municipal, tot evitant que, de manera majoritària, ostentin un càrrec electe o de lliure designació a l'Ajuntament de Badalona. Si BTV era exemple de bona pràctica, el cas de Badalona és tot el contrari.

Malgrat aquest darrer cas, Roger Loppacher, president del Consell de l'Audiovisual

## DES DEL CAC VALOREN POSITIVAMENT ELS DEU ANYS DE LA LLEI PERQUÈ HA PERMÉS ACTUALITZAR I UNIFICAR LA LEGISLACIÓ AUDIOVISUAL

de Catalunya (CAC), creu que deu anys després, la valoració global de la llei és positiva perquè “va suposar un esforç per actualitzar i unificar legislació audiovisual que estava fragmentada i que no responia als avenços tecnològics d'aleshores. Va ser una llei marc que, juntament amb la Llei de creació del CAC, del 2000, i amb la Llei de reforma de la CCMA, del 2007, va permetre abordar la situació audiovisual del moment amb uns paràmetres similars als existents a la resta d'Europa”.

### L'ALTRA CARA DE LA MONEDA

Malgrat els episodis de politització dels mitjans públics, les televisions públiques tendeixen a seguir el que estableix la llei. En canvi, pel que fa a les ràdios, el més calent és a l'aigüera.

Tot i que l'aprovació de la llei de la comunicació audiovisual de Catalunya afectava

tant a ràdios com a televisions, les emissores estan portant un ritme d'aplicació més lent. Els experts consultats en aquest reportatge coincideixen a afirmar que la situació de les ràdios locals està més desendregada, al tractar-se d'un àmbit on, per exemple, no es tenen dades concises sobre el compliment de la llei.

Gabriel Barragán, cap d'acció local de La Xarxa, considera que “el motiu fonamental és la varietat que hi ha tant en els models de gestió com en la pròpia configuració de les emissores. Casualment,

són les petites —les de municipis amb menys de 10.000 habitants— les que majoritàriament no estan aplicant la llei”.

Entre les diferents modalitats de gestió de les ràdios locals podem trobar serveis municipals, EPE (entitats públiques empresarials), organismes autònoms o associacions. En aquest darrer sentit, la ràdio municipal de Falset està gestionada per l'Associació Cultural per a la Creació d'Emissores de Ràdio i Televisió a Falset, més coneguda popularment com Associació d'amics de la ràdio, des de principi dels anys 90. Albert Cots, director de Ràdio Falset, valora molt positivament aquest sistema de gestió. “Si no hi hagués l'associació al darrere, Falset no tindria ràdio perquè som un municipi petit”, admet.

Malgrat aquesta bona experiència, Barragán defensa les estructures professionals. “La ràdio és un mitjà de comunicació i, com a tal, ha de ser gestionada per un professional de la comunicació per garantir la professionalitat i l'aplicació de criteris periodístics. Dit això, després



El bloqueig del Consell d'Administració de Badalona Comunicació —a la imatge Ràdio Badalona— ha estat l'únic cop que ha calgut l'actuació del CAC.

s'ha de tenir en compte la realitat de cada ràdio, especialment les petites. Però s'ha d'apostar per tenir un producte radiofònic professional", afirma.

En aquest sentit, Ramon Espuny reivindicava l'extensió d'estructures sindicals per fa-

## LA SITUACIÓ DE LES RÀDIOS LOCALS ESTÀ MÉS DESENDREÇADA. NO ES TENEN DADES CONCISES SOBRE EL COMPLIMENT DE LA LLEI

cilitar l'acompliment de la llei i critica "la manca de representants laborals i també professionals, perquè els primers interessats en uns mitjans públics de veritat —és a dir, professionals i independents— són

els treballadors; ja que aquesta és la manera que tinguin credibilitat, i això ajuda a la seva viabilitat".

També, des del CAC, Roger Loppacher admet que la Llei de l'Audiovisual necessita alguna actualització. "De la mateixa manera que s'està revisant la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, crec que caldrà renovar i actualitzar la Llei de l'Audiovi-

sual del 2005. En aquest sentit, el CAC, des del seu àmbit competencial, impulsarà i formularà totes les propostes que siguin oportunes per adaptar aquesta llei a la nova realitat audiovisual". Loppacher,

però, no limita els canvis a la llei, sinó que també els amplia al CAC mateix. "Pel que fa al nostre organisme, crec que és urgent una reforma per adaptar-nos a la nova situació, especialment pel que fa a Internet. Per tant, apostem per seguir el camí que ja han fet els reguladors britànic o italià, que regulen tant l'audiovisual com les telecomunicacions. Penso que el CAC hauria d'evolucionar cap a una Autoritat Catalana de les Comunicacions, que inclogués tant l'audiovisual com les telecomunicacions i la societat de la informació". Ç





Premis  
**Carles Rahola**  
de Comunicació Local



---

**Convocatòria oberta fins a l'11 de gener de 2016**

---

Els Premis Carles Rahola de Comunicació Local tenen com a objectiu fomentar la creativitat informativa i les iniciatives per difondre, recuperar, gestionar o aplegar informació de tipus periodístic, en qualsevol aspecte, format, àmbit i estructura.

S'estableixen set categories:

- **Millor projecte sobre comunicació periodística**
- **Millor treball informatiu o divulgatiu en premsa escrita**
- **Millor treball informatiu o divulgatiu en ràdio (Premi Miquel Diumé)**
- **Millor treball informatiu o divulgatiu en televisió**
- **Millor fotografia publicada**
- **Millor informació digital**
- **Millor iniciativa de comunicació institucional**

Consulteu les bases a:

**[www.premiscarlesrahola.cat/bases](http://www.premiscarlesrahola.cat/bases)**

---

ORGANITZEN



Diputació de Girona



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya  
DEMARCATIÓ  
DE GIRONA



**Incòmoda pregunta. Fent-la, empresaris, actors, polítics, però també anònims –gent per primer cop entrevistada– demostren necessitat de control, inseguretat davant del que han deixat anar o bé desconfiança o desconeixement del periodista que els interroga, o de quina serà la interpretació de les parts clau: el matisos. Ara bé, en mans de qui està la pilota quan es lliura un text a revisar? Què implica aquesta condescendència? Els periodistes i els entorns dels polítics donen el seu parer sobre la revisió de textos periodístics prèvia publicació, una pràctica que no només involucra la secció de Política.**

La pregunta pot deixar fora de joc, i què en diu un manual de bon periodista de donar a revisar els textos periodístics als entrevistats abans de ser publicats? El setembre, el periodista de *La Vanguardia* Enric Juliana deixava evidència, i en públic –al *El Món a RAC1* del qual és tertulià i al seu compte de Twitter–, que aquesta pràctica és un fet habitual. Posava així sobre la taula, amb valentia, un assumpte, si més no, incòmode per a molts periodistes.

“La qüestió no és fàcil de resoldre perquè, qui és el propietari de les seves paraules fins que no es publiquen?”, es pregunta el mateix Juliana, que considera que “el fet que la persona entrevistada pugui revisar el que ha dit és una pràctica correcta, civilitzada i garantista”. Primer, per estar segur del que ha dit, i segon, per tenir la possibilitat d’afegir o rectificar. Això el mitjà escrit ho permet fer. No està registrat per les normes del joc que marca la instantaneïtat d’una entrevista en directe a la ràdio o a la televisió.

“En premsa escrita, em sembla just donar la possibilitat d’introduir esmenes. És una

praxis no escrita en cap codi, si bé desenvolupada des de fa temps”, exposa Juliana. “La mateixa naturalesa de l’entrevista escrita permet un marge per a la reflexió, al meu entendre, sense haver-hi cap obligació de fer-ho”, puntualitza. “Ara bé, de la mateixa manera que no hi ha d’haver un qüestionari previ per mostrar a l’entrevistat, tampoc el titular hi ha de ser en el text que se li envia. La frase seleccionada com a titular és feina i potestat del mitjà, encara que hi hagi gent que això ho discuteix”,

**"QUE LA PERSONA ENTREVISTADA PUGUI REVISAR EL QUE HA DIT ÉS UNA PRÀCTICA CORRECTA, CIVILITZADA I GARANTISTA"** Enric Juliana

precisa el periodista. “Crec que s’ha de trobar el punt d’equilibri entre la llibertat del mitjà com a decisor del més important del contingut, i el dret de l’entrevistat a reformular el que pogués no haver quedat ben reflectit en l’entrevista un cop redactada”, afegeix el director adjunt i delegat a Madrid de *La Vanguardia*. “En el meu cas –en referència a l’entrevista amb l’expres-

sident del Govern espanyol–, vam seguir aquest protocol, a petició del responsable de premsa –en presència de Felipe González– i, després de l’enviament del text, la resposta rebuda va ser: “Nada que objetar”, explica Juliana, qui precisa que “això no es tracta de cap censura”.

Censura o rigor informatiu, el cert és que l’episodi sembla marcar un abans i un després. Pel “disgust” per la reacció de González que Juliana reconeix que va sentir, i pel fet d’haver hagut de fer pública la gravació de l’entrevista, tres setmanes després de la publicació, Enric Juliana s’asseia a entrevistar el líder del PSOE Pedro Sánchez, i ho feia amb “quatre enregistradores. Una d’ells i tres meves”, explica.

“Jo sempre acostumo a enregistrar l’entrevista. Es revisi o no –perquè no necessàriament es fa sempre, de vegades és el mateix periodista el que t’ho ofereix–, és una assegurança de veracitat. I revisar-la és una

garantia que es respecta el que l'entrevistat ha dit i una seguretat per al periodista que ningú l'hi desmentirà". Són paraules de Joaquín Tagar, cap de Premsa de Felipe González, la persona que va donar el vistiplau, abans de ser publicada, a l'en-

## "MÉS QUE LA TRANSCRIPCIÓ, ALLÒ QUE DE VEGADES DISTORSIONA EL MISSATGE ÉS EL TITULAR" Sergi Sol, ERC

trevista a González redactada per Juliana. "Naturalment, un és humà i se li escapen coses. Però en el cas de l'entrevista de *La Vanguardia*, no venien els titulars que és on s'afirmava una cosa que l'entrevistat mai havia dit i que se li va posar entre cometes. Ni tan sols la frase afirmativa, com es va veure en el text literal que la mateixa *Vanguardia* va publicar. Va ser una deducció de l'entrevistador, amb tot, mai l'hauria d'haver posat entre cometes", exposa Tagar, que va ser el primer cap de Premsa del grup socialista del Congrés dels Diputats en la Transició i director de Comunicació del PSOE.

## QÜESTIÓ DE CONFIANÇA

Al marge que el terme *nació* –el polèmic titular era "*Estic a favor d'una reforma que reconegui Catalunya com a nació*"– deuria cremar com una espurna en l'entorn socialista, "de vegades, la revisió dels textos esdevé necessària", considera el cap de

Premsa d'ERC, Sergi Sol. "Cada cop hi ha més mitjans que manifesten sense pudor les seves filies i fòbies. Mitjans que antany pretenien ser un referent de l'ètica i el bon periodisme són avui mitjans que serveixen interessos sovint poc confessables, sense pudor i amb una arrogància que res tenen a veure amb el rigor i la professionalitat", admet. "No acostumem a demanar les

entrevistes abans de publicar-se. Més que la transcripció, allò que de vegades distorsiona el missatge és el titular", afegeix Sol. "Periodista i polític, en un moment donat es necessiten. Els periodistes són el nostre altaveu, per això intentem generar confiança, en obert i en tancat. L'off és necessari sovint per entendre la intencionalitat amb la qual es diu una cosa, per situar el

## "NO SÓC PARTIDARI DE DEMANAR ELS TEXTOS. ACOSTUMO A CONFIAR EN ELS PROFESSIONALS DE LA INFORMACIÓ" Dani Bardavio, Ciutadans

periodista. Si algú aquest off se'l salta, està fent trampa", afegeix Sergi Sabrià, portaveu d'ERC. "Nosaltres mai no ho fem", assegura Dani Bardavio, cap de Premsa de Ciutadans. "Com a periodista, –afegeix– no sóc partidari de demanar els textos. Acostumo a confiar en els professionals de la informació".

Segons el subdirector de l'*Ara*, David Miró, "potser ara que hi ha més consciència i els polítics o caps de premsa s'ho pensen una miqueta més abans de demanar-ho, sobretot en el cas de polítics més joves o que comencen". Miró admet que estan oberts a mostrar els textos, "però només si és per esmenar possibles 'errors tècnics'" (entrevistes amb moltes xifres per exemple) i mai per fer rectificacions sobre el que s'ha dit. "El que no acceptem és que ens diguin quin serà el titular", puntualitza. "Crec que és una pràctica a desterrar, tot i així, també hi ha hagut casos de manipulació de declaracions que fa que els polítics desconfiïn dels periodistes", planteja Miró.

"L'entrevista –prosegueix– sempre s'ha de gravar (perquè si no seria la teva paraula contra la d'ell) i el text ha de ser el màxim de literal. És evident que el registre oral és diferent i s'ha d'adaptar a l'escrit, per exemple fusionant frases. El que no es pot fer mai és incloure una paraula o una frase que no s'ha dit. En el cas Juliana-González, es dona la

circumstància que la paraula que apareix al titular, *nació*, mai va sortir de la boca ni de l'entrevistat ni de l'entrevistador, per tant no s'hauria d'haver inclòs". "Crec que és més una qüestió de confiança dels polítics en els periodistes. Per exemple, Miquel Iceta mai demana la transcripció. I això per a mi, com a periodista, és d'agrair.

No m'agrada –donar a revisar– perquè pressuposa una certa desconfiança. I tot el que no sigui rebre un l'acord em fa arrufar el nas”, confessa Miró.

## CANVI D'HÀBITS

“Jo hi estic en contra, d'entrada”, admet Neus Tomàs, cap de Política d'*El Periódico de Catalunya*. “Deu anys enrere, era molt habitual que els polítics ho demanessin i que ho passéssim, però per sort això ha canviat. Els nous polítics no ho demanen i nosaltres no ho oferim mai”, assegura. “Si t'avens a fer una entrevista és perquè consideres que tens alguna cosa interessant a dir. La majoria estan molt experimentats. Molts s'han creat en platós de televisió, estan acostumats a saber el que han de dir. No vull dir que donar a revisar els textos abans de ser publicats sigui una humiliació, si bé, no s'hauria d'acceptar”, assegura. “Mentre el *play* funciona, en una entrevista no hi ha amics ni enemics, l'entrevistat que s'expliqui el millor que pugui i que el periodista en pugui treure informació. Si el periodista en treu una entrevista-

## ANYS ENRERE, ERA MÉS HABITUAL QUE HO DEMANESSIN. ELS NOUS POLÍTICS JA NO HO FAN TANT

massatge, ens fa mal. Ni els polítics han de ser tractats com a titelles, ni els periodistes ho hem de ser per a ells”, conclou Tomàs.

A l'altre extrem es troba Paco Niebla, cap de Societat de l'agència EFE. “Jo en sóc molt partidari. El dret intel·lectual de l'entrevista el té també l'entrevistat, tot i que, després de la revisió, l'enfoc i el titular els ha de triar el periodista”, diu. “Sobretot en temes científics, la revisió serveix per precisar i puntualitzar més i millor”, exposa. I des de l'àmbit mèdic, serveixi també el

## "JO EN SÓC MOLT PARTIDARI. EL DRET INTEL·LECTUAL DE L'ENTREVISTA EL TÉ TAMBÉ L'ENTREVISTAT" Paco Niebla, EFE

testimoni del cap de Malalties Infeccioses de l'Hospital del Mar de Barcelona, Juan Pablo Horcajada: “La revisió ens ajuda a les dues parts, metges i periodistes, a assegurar una comunicació millor i més clara”.

## MESTRE DEL DIRECTE

Josep Cuní està avesat al directe, encara que també es troba, alguns cops, en la disjuntiva d'haver de dir sí o no a la

diferents”, diu Cuní. “I un titular és una descontextualització per a ell mateix, pot deixar a fora els matisos. I, a sobre, li atorgues un protagonisme perquè la força del titular és el que t'entra pels ulls”, afegeix. “En els directes, el periodista acostuma a dir el motiu de l'entrevista quan la sol·licita i, un cop en el directe, les preguntes o es responen o se surt per la tangent. El

que no és acceptable és l'entrevistador que vol polemitzar amb l'entrevistat”, diu el cap de premsa de Felipe González. “En els directes, que ens

hi hem prestat sempre i també en tots els nous formats, no negociem les preguntes, però sabent els temes que sortiran, pots treballar millor les intervencions. És interessant, per exemple, saber qui més hi haurà. Com més plurals són els cara a cara i les tertúlies, i més autocrítics amb això els mitjans, més positiu per a tots, ens fa més forts”, conclou Sergi Sabrià, portaveu d'ERC. **Ç**

petició de conèixer per endavant les preguntes o temes a tractar. “Després els he pogut demostrar que sense saber els temes a tocar es

podia fer igual. A la televisió, s'ho juguen tot a una carta, mentre que l'entrevista per a una publicació té unes consideracions



# FONTS DIGITALS PROTEGIDES

Les bústies anònimes a Internet, una eina a l'abast  
dels ciutadans i dels mitjans de comunicació

TEXT NEREIDA CARRILLO  
IL·LUSTRACIÓ FRANCESCO CUSUMANO

**Alguns mitjans s'ajuden de bústies anònimes a la Xarxa per rebre denúncies de corrupció i abusos. Aquestes plataformes digitals són gestionades per activistes i funcionen amb encriptació i altres eines que permeten salvaguardar els informants. Els responsables d'aquestes bústies col·laboren amb periodistes i mitjans de comunicació, els mateixos que, en els darrers anys, han reduït els seus equips d'investigació.**

Els periodistes estan obrint les portes als ciutadans en una de les parcel·les més delicades de la professió: el periodisme d'investigació i de denúncia. Ho estan fent, no de manera espontània, sinó perquè la societat civil pica fort a la porta. Els ciutadans volen contribuir a la tasca dels mitjans de vigilar el poder i delatar casos de corrupció i abusos.

Per protegir aquests herois quotidians de les represàlies dels poders públics —acredi-

**"A ESPANYA, ELS PERIODISTES NO ESTAN ACOSTUMATS A PROTEGIR LA FONT QUAN ÉS DIGITAL PERQUÈ NO EN CONEIXEN LES EINES"** Simona Levi, Xnet

tades en revelacions com les de l'exagent de la CIA Edward Snowden o la soldat Chelsea Manning—, els mitjans s'ajuden de bústies anònimes a la Xarxa, la majoria d'aquestes creades per activistes i grups de ciutadans.

"Els ciutadans sempre han trobat la manera de fer arribar als mitjans denúncies

anònimes. A les redaccions, sempre han arribat sobres amb dossiers. Ara el que es fa és sofisticar-ho més", opina David Miró, subdirector del diari *ARA*. Si bé no és una pràctica nova, el fet que la informació compromesa ja no es lliuri amb sobres, sinó a través de correus electrònics, fa imprescindible assegurar el nou canal de comunicació i salvaguardar la font perquè no quedi desemparada per la petjada digital. Per això, Simona Levi, activista i fundadora d'Xnet, un grup ciutadà de defensa de la democràcia a Internet i de lluita contra la corrupció, reivindica que els periodistes es formin en seguretat digital. "A Espanya,

els periodistes no estan acostumats a la seguretat a Internet, a protegir la font quan és digital perquè no en coneixen les eines", afirma.

Protegir la font és responsabilitat dels professionals, "està en l'essència del periodisme", recordava Alan Rusbridger, exdirector del *The Guardian* quan el

diari va posar en marxa, l'any passat, una bústia de denúncies anònimes utilitzant SecureDrop. A més del diari britànic, també l'empren mitjans com *ProPublica*, *The New Yorker* o *The Washington Post*. Aquesta eina va ser ideada pel programador i activista Aaron Swartz, que es va suïcidar el 2013, quan s'enfrontava a càrrecs de més de cinquanta anys de presó acusat de baixar-se il·legalment articles acadèmics. Avui SecureDrop, gestat el 2012, el gestiona l'organització Freedom of the Press Foundation. Amb el mateix esperit, trobem altres iniciatives com la bústia d'Xnet o Fíltrala, una plataforma de denúncia que forma part de l'Associated Whistleblowing Press (AWP).

## ENCRYPTAR PER EMPARAR

Les bústies ciutadanes, on es poden enviar de manera segura informació i proves sobre corrupció i abusos, funcionen amb sistemes d'encriptació i navegadors anonimitzadors com ara TOR (*The Onion Route*). "En el cas dels correus de Blesa, —explica Levi— ningú en sap la font, ni tan sols nosaltres, que la coneixem per

## THE GUARDIAN, PROPUBLICA, THE NEW YORKER O THE WASHINGTON POST UTILITZEN SECUREDRO, UNA BÚSTIA DE DENÚNCIES ANÒNIMES

un codi”. Tot i això, Levi adverteix que els informants també han de prendre les seves pròpies precaucions. Salvaguardar la integritat resulta crucial quan es denuncien escàndols com els que han arribat a la bústia d’Xnet: els de les targetes black a Caja Madrid, però també els abusos de què s’acusa Rodrigo Rato o la investigació de possibles irregularitats en les obres de l’AVE a Catalunya. Levi puntualitza que, a més de difondre aquests casos als mitjans, l’organització treballa per denunciar possibles irregularitats als tribunals i donar poder als ciutadans perquè creïn grups contra la corrupció.

Darrere d’aquestes bústies ciutadanes, hi ha sovint una xarxa de periodistes, advocats, informàtics i altres perfils que fan una primera purga del material abans de passar el testimoni als periodistes dels mitjans, que verificaran i decidiran si li donen espai als seus mitjans. Tot plegat, discorre en un procés que, per a molts, va massa lent. Per a Sílvia Martínez, professora de Comunicació a la UOC, aquestes filtracions trasbalsen l’agenda i el paper del professional. “És el ciutadà, amb aquestes denúncies, el que marca el tema. I el periodista reforça el seu paper de filtre i de verificador de la informació”, assegura Martínez.

Què demanen i què reben els gestors d’aquestes eines? A Fíltrala, sol·liciten

### A ESPANYA, DESTAQUEN INICIATIVES COM XNET O FÍLTRALA, QUE COL·LABOREN AMB DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ

“informació sensible que provi irregularitats, crims, corrupció, abusos i infraccions comesos per agents públics o privats de l’àmbit espanyol”. Fan constar expressament que rebutgen rumors i opinions, com també materials “que

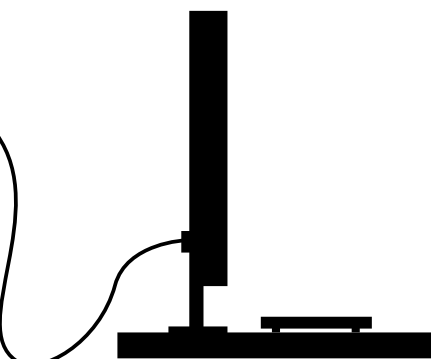
violin la privacitat personal”. Tot i les especificacions, Pedro Noel, coeditor de l’AWP, assenyala que, de la informació que reben, “un 70% no és publicable, ja que no és d’interès públic, viola la privacitat individual o no està suficientment documentada”. Levi afegeix que, a la bústia d’Xnet, només un 10% del que arriba es considera aprofitable.

### INTERESSOS POC ÈTICS

Levi explica que a Xnet es concentren a denunciar la corrupció, exigeixen proves i filtren la informació aplicant criteris de respecte al dret a la privacitat. Així, per

exemple, dels correus de Blesa publicats han omès aquells que contenen noms de treballadors, periodistes, informes sobre clients o altres

noms propis irrelevants. Aquesta activista descriu així les principals motivacions: “Un 50% de les filtracions són per interès personal, bé amorós o bé clientelar; algú que ha estat expulsat d’una xarxa clientelar, la delata”. Sobre Fíltrala, Noel,



afegeix: “El que més reben són materials relacionats amb estafes personals, cosa que, desafortunadament, no acostumem a publicar massa”. Lamenta la “falta de conscienciació” a casa nostra sobre “la filtració ètica”, encara que confia que sigui només qüestió de temps.

La llista de mitjans amb què col·laboren els promotors d’aquestes bústies resulta voluminosa. Fíltrala ha establert vincles amb *Eldiario.es*, *La Marea*, *Crític*, *La Directa*, *Mongolia* i *Diagonal*. Mentrestant, a Xnet puntualitzen que no col·laboren amb mitjans sinó amb periodistes que s’han acostat a ells i s’han instruït en següent digital. La nòmina de professionals amb què mantenen llaços és molt més àmplia, inclou més de cinquanta periodistes que treballen per a mitjans de tot tipus, com *Antena3*, *El País*, *El Confidencial*,



*Infolibre, El Periódico de Catalunya, TV3, The Wall Street Journal o Público, entre altres.*

Per a Martínez, els ciutadans identifiquen els mitjans independents com un altaveu més adient. “Es busca una aproximació als mitjans que estan apareixent i que tenen un perfil més reivindicador; mitjans que encara no tenen una vinculació amb un grup de comunicació important”, explica.

Per a Miró, però, els mitjans generalistes no han de renunciar a la investigació, malgrat que amb la crisi aquesta s’hagi empe-

## LA MAJORIA DE LA INFORMACIÓ QUE ES REP NO ÉS D'INTERÈS PÚBLIC, VIOLA LA PRIVACITAT INDIVIDUAL O NO ESTÀ PROU DOCUMENTADA

titit al màxim. “Als mitjans generalistes, la investigació té més impacte, més públic i fins i tot més credibilitat. Dóna prestigi i això és una inversió a llarg termini”, afirma el subdirector de l’ARA. Miró afegeix que estan intentant alliberar recursos per crear el seu propi equip de periodistes d’investigació. En l’actualitat, col·laboren amb Xnet, si bé no han impulsat una bústia anònima pròpia ja que, assegura, fins que no puguin invertir a investigar, no volen comprometre’s amb el lector.

### RECONeixEMENT CIUTADÀ

La professora de la UOC explica que el sorgiment de les bústies ciutadanes anònimes s’entén en un context de “major protagonisme de les veus socials”. La voluntat de la societat d’acompanyar els periodistes en la denúncia dels abusos discorre paral·lela a una crisi de credibilitat dels mitjans.

Moltes vegades els ciutadans identifiquen la premsa com a part del poder i no com el seu flagell. “Molta gent que ens escriu —revela Levi—, ens diu que el que ens envia ja ho ha passat a la fiscalia i a alguns mit-


jans i que no li fan cas”. Per a aquesta activista, els ciutadans no confien tant en els periodistes com “en els altres ciutadans”. Compara la tasca de Xnet amb la PAH: “Si tens un problema d’habitatge, ja no vas a l’oficina d’habitatge, sinó a la PAH”.

Levi lamenta que alguns mitjans amb què col·laboren —i no els periodistes, diu— s’entestin a atribuir-se exclusivament el mèrit de la notícia a portada per una font anònima i exigeix “reconeixement de la tasca dels ciutadans”. Quan la filtració es converteix en notícia, sol·licita especificar

que ha arribat a través de la bústia de Xnet i gràcies a un ciutadà en concret, si aquest ho demana. Si no, diu, “estem replicant la imatge d’una societat civil passiva”. A més, Xnet posa com a condició als mitjans que no competeixin, sinó que ho publiquin tots al mateix temps.

Per a molts experts, les bústies anònimes aporten una solució a la intimidació dels governs. Trevor Timm, director de la Freedom of Press Foundation, reflexiona fa un temps: “En una època en què els governs estan incrementant l’ús de la vigilància per destapar les fonts i posar pals a les rodes al periodisme d’investigació, la tecnologia pot ajudar els informants i els

reporters a fer arribar històries importants al públic de manera segura”. El context català i espanyol no és aliè a la situació de la qual es lamenta Timm.

El passat mes de juliol, va entrar en vigor la nova Llei Orgànica de Protecció de la Seguretat Ciutadana (LOPSC). La també coneguda com a “lleï mordassa”, és vista per molts com una criminalització de les reivindicacions ciutadanes i un atac a la llibertat d’expressió i de premsa. Per a Martínez, la possibilitat de fer denúncies anònimes té encara més sentit en un context en què “el marc legislatiu desencoratja la protesta social”. Malgrat la solució que aporten aquestes bústies per protegir les fonts periodístiques, també a la Xarxa, a SecureDrop són diàfans i adverteixen: “No prometem el 100% de seguretat. Qualsevol organització o producte que prometi seguretat al 100% no diu la veritat”. 

Més informació a:

[www.xnet-x.net/ca/bustia-xnet](http://www.xnet-x.net/ca/bustia-xnet) → Bústia d’Xnet

[www.filtrala.org](http://www.filtrala.org) → Fíltrala

[www.securedrop.org](http://www.securedrop.org) → SecureDrop

+ info

*Dossier*  
*Innovació periodística*



# INNOVAR O MORIR

Anàlisi dels principals projectes periodístics  
innovadors de l'estat espanyol

En els darrers anys, la revolució tecnològica i la crisi econòmica han obligat la professió a reinventar-se. Ara bé, com es fa això i en què consisteix? Una bona mostra es troba en el Rànquing d'Innovació Periodística, elaborat pel Grup d'Investigació de la Comunicació de la Universitat Miguel Hernández d'Elx, que ens assenyalava algunes claus dels projectes més innovadors de tot l'Estat.



TEXT **Laura Saula**

No és cap secret que, en els darrers anys, l'interès acadèmic i professional per la innovació en el periodisme està a l'ordre del dia. L'ofici s'està reformulant i es té el convenciment que la innovació és fonamental per superar les dificultats econòmiques i industrials que pateix i que han provocat el tancament de molts mitjans de comunicació i que han deixat un gran nombre de periodistes a l'atur.

Sota aquesta línia de treball basada en la innovació, treballa el Grup d'Investigació de la Comunicació (GICOV) de la Universitat Miguel Hernández (UMH) d'Elx, que va crear el Màster en Innovació en Periodisme, que ja va per la tercera edició, i que, el 2014, va presentar per primer cop el Rànquing en Innovació Periodística.

L'objectiu d'aquest rànquing, que ja té en marxa l'edició del 2015, és estudiar els projectes periodístics més innovadors en l'àmbit estatal. Per aquest motiu, a l'hora de realitzar l'informe de l'any passat, diversos experts del sector van proposar a l'equip d'investigació fins a seixanta plataformes periodístiques per analitzar. A partir d'aquí, es va dissenyar un motor de cerca a Google, alimentat amb les

## "LA INNOVACIÓ ÉS UN ASPECTE INTEGRAL, NO AÏLLAT, DE LA NOSTRA ORGANITZACIÓ"

DAVID CABO, FUNDACIÓ CIUDADANA CIVIO

principals fonts del sector, blocs i pàgines de referència.

Un cop escollides les vint-i-cinc principals iniciatives en base als resultats numèrics del cercador, els investigadors van centrar-se en el seu grau de "ruptura" en relació amb altres mitjans i en quatre àrees clau del procés: el producte, l'organització, la distribució i la comercialització de cada mitjà analitzat. "Creiem que el periodisme no és només el contingut, sinó tot un procés, per tant s'ha de contemplar qualsevol àrea que pugui afectar la creació de valor", explica Alcía de Lara, directora del GICOV.

Per als membres d'aquest grup, innovar consisteix a "detectar un problema o una necessitat, aplicar una solució original i desenvolupar-la de manera exitosa". Per aquest motiu, creuen que els mitjans de comunicació que han estat finalistes del rànquing han innovat "en els continguts, els serveis o productes, en els nous usos de la tecnologia, en les relacions amb els

## LA INNOVACIÓ S'ESTÀ DUENT A TERME SOBRETOT AL MARGE DE LA INDÚSTRIA INFORMATIVA TRADICIONAL I DELS MITJANS AMB MÉS RECURSOS

usuaris, en les iniciatives de màrqueting o en els models de negocis".

### ESPERIT EMPRENEDOR

Finalment, els cinc projectes periodístics que encapçalen aquesta llista de vint-i-cinc han estat, per aquest ordre; la Fundació Ciudadana Civio (associació sense ànim de lucre que engloba projectes enfocats a la promoció de la transparència informativa i el lliure accés a les dades), *El Confidencial* (un dels diaris nadius digitals líders a Espanya premiat per *The Guardian*), la revista *Vis-à-Vis* (publicació gratuïta creada exclusivament per veure's a través de l'iPad), *Eldiario.es* (mitjà que potencia les narratives digitals) i Acuerdo (una plataforma internacional de reportatges d'investigació elaborats amb narratives interactives i transmèdia).

Segons el Grup d'Investigació encarregat d'aquest rànquing, aquesta classificació revela que, actualment, la innovació s'està duent a terme sobretot als marges de la indústria informativa tradicional i dels mitjans de comunicació amb més recursos. Al contrari, apunten els investigadors, "Internet i els joves periodistes amb ganes d'emprendre són els qui estan destacant més en matèria d'innovació".

Segons David Cabo, fundador i director de la Fundació Ciudadana Civio, "l'experimentació contínua, la metodologia en la selecció de les fonts, les eines d'extracció de dades o la visualització de la informació en format de narrativa" han estat algunes de les peces clau que els ha fet arribar a la primera posició de la llista de mitjans innovadors. "La innovació és un aspecte integral, no aïllat, de la nostra organització", afegeix.

I no es tracta tan sols de ser innovadors, explica Laura Blanco, codirectora de la revista *Vis-à-Vis*, sinó de "ser revolucionaris". "La nostra revolució i gran innovació ha estat el nostre producte i suport". Segons Blanco, abans que sortís aquesta revista, pensada exclusivament per a tauletes, no existia al país cap mitjà d'aquest tipus. "Al principi, el mercat desconeixia aquest suport, però la nostra teoria era certa: feia falta un producte editorial d'aquestes característiques", explica Blanco, qui remarca com avui en dia el lector exigeix "molts més continguts en aquest tipus de suport". Per aquest motiu, l'empresa Ploi Media, que dirigeix amb Àngel Anaya, ja va néixer estructurada per fer més revistes per a tauletes, com *Mine*, dirigida a homes.

Sobre la importància de les narratives digitals també en parla Ignacio Escolar, director d'*Eldiario.es*, qui destaca el valor dels equips multidisciplinaris de periodistes, en què cada especialista treballa en el seu camp per arribar junts a un producte final: el periodista de dades, l'encarregat dels vídeos, el narratiu... Escolar creu que totes aquestes característiques juntes, a part d'haver aconseguit un negoci digital sostenible entre els socis i lectors, ha estat el secret d'haver passat de ser "un diari petit que tirava dels estalvis dels fundadors, a ser entre els més llegits".

També Nacho Cardero, director d'*El Confidencial*, creu que l'èxit rau en la creació, fa tres anys, d'un laboratori dedicat

a l'estratègia de producte i a les noves narratives. "Durant tot aquest temps, hem anat incorporant metodologies que ens han permès provar multitud d'idees, fallar ràpidament i de manera econòmica, aprendre, mesurar i valorar aquelles idees que han funcionat", assegura. Actualment, l'equip d'*El Confidencial* està immers en un procés per convertir el diari en una empresa de tecnologia. Amb tot, Cardero remarca que, tot i que la innovació és un requisit indispensable per seguir vius en

## A *EL CONFIDENCIAL* VAN CREAR UN LABORATORI DEDICAT A L'ESTRATÈGIA DE PRODUCTE I A LES NOVES NARRATIVES

aquest negoci, només esdevé un èxit si el producte informatiu és "rigorós, plural, diferenciat i d'alta qualitat".

Amb tot, com aconsegueixen aquests mitjans digitals finançar-se en l'era del "tot gratis" que suposa Internet? Per a Escolar, el secret d'*Eldiario.es* rau a potenciar les narratives digitals i en un model de negoci que no estigui enfocat tant en la subscripció i la publicitat, "que gairebé

no donen res", sinó a potenciar i fidelitzar el concepte de *lectors socis*. "És important fer-los sentir que estan finançant un mitjà independent i de qualitat, donar-los a entendre que tindran avantatges immaterials", assegura.

A diferència d'Escolar, Nacho Cardero explica com *El Confidencial* sí que es finança exclusivament amb la publicitat i els anunciants. Tot i això, la idea d'aquest mitjà és "sorprendre els lectors i preocupar els competidors".

I això, segons Cardero, ho aconsegueixen creant "un producte de molta qualitat que sigui capaç de fidelitzar el lector".

"Actualment, un 70% del nostre trànsit és directe, fet que ens permet no tenir tanta exposició al SEO i a les xarxes socials per al compliment d'objectius", explica.

El cas de la revista per a tauletes *Vis-à-Vis* és una mica diferent. Tot i que la distribució és gratuïta i es pot descarregar gratuïtament a l'App Store de l'iPad, el finançament els arriba en forma d'anuncis publicitaris que apareixen abans dels

reportatges. Però el secret és que aquests anuncis ja estan pensats per atraure els lectors amb formats creats per la mateixa revista. "Hem aconseguit que els usuaris estiguin una mitjana de dos minuts mirant un anunci", comenta, satisfeta, Laura Blanco. A més, perquè el finançament els surti rendible, no es paga com es fa en publicitat en línia, "que sempre ha estat molt mal pagada", remarca Blanco. En comptes d'això, ofereixen tarifes de paper i tarifes de desenvolupament d'aquesta publicitat.

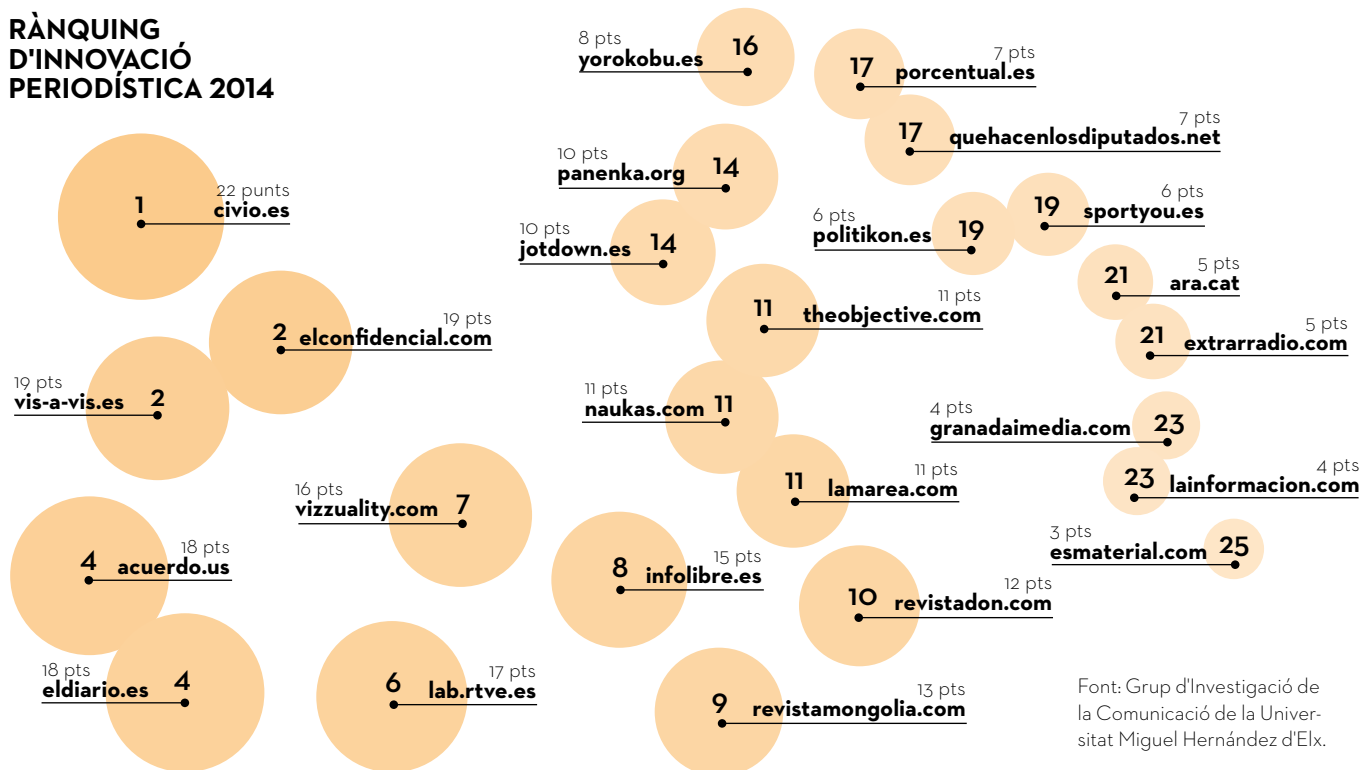
## IMPORTACIÓ D'IDEES

Com en molts altres sectors, hi ha una sèrie de mitjans de comunicació internacionals que han servit de guia i inspiració per a aquests innovadors. Per a Ignacio Escolar, *The Guardian*, *QZ.com*, *Postmedia.com*, *ProPublica*, *Animal Político* o *El Faro* (Guatemala) han estat i són fonts d'idees en el dia a dia d'*Eldiario.es*. Per a Blanco, la revista pionera *Wired* és la que ha marcat el seu camí des del mateix naixement de *Vis-à-Vis*. Altres com *Fast Company* o *EVO* també, segons Blanco, "han fet un pas més i han apostat per uns models híbrids entre revistes digitals i pàgines web". Un altre mitjà digital que considera interessant és



Foto de família de l'equip de *Civio.es*, que ocupa el primer lloc del Rànquing d'Innovació Periodística elaborat per la Universitat Miguel Hernández d'Elx.

## RÀNKING D'INNOVACIÓ PERIODÍSTICA 2014



Font: Grup d'Investigació de la Comunicació de la Universitat Miguel Hernández d'Elx.

BuzzFeed, que, tot i no ser un mitjà de grans exclusives, “aposta per un contingut diferent que aconsegueix ser molt viral a escala mundial”. “Un mercat molt rendible que encara té molts camins per explorar”, conclou Blanco. Per a Cardero, el *New York Times* sempre ha donat un pas endavant. “Els especials de *storytelling*, la publicitat nadiua i la producció de vídeos és simplement espectacular”, admet.

### MIRANT EL FUTUR

Sembla que la innovació en periodisme es pren més seriosament que mai, o això intenta demostrar la creació, a l'abril, del Digital News Initiative de Google. Una iniciativa que ha impulsat el DNI Innovation Fund, un fons dotat de fins a 150 milions d'euros que busca impulsar projectes de periodisme d'alta qualitat mitjançant l'ús de la tecnologia i la innovació. Però, què haurien de tenir en compte els aspirants a iniciar un nou mitjà “innovador”? “El primer que li diria és que es preguntin

a qui va destinat el mitjà”, afirma Alícia de Lara, per qui no es tracta només d'envoltar-se de tecnologia o aparells, sinó d'inculcar-se la mentalitat que va ensenyar Clayton Christensen, qui deia “*There is a*

### THE GUARDIAN, PROPUBLICA, WIRED, FAST COMPANY, BUZZFEED O NEW YORK TIMES SÓN ALGUNS REFERENTS INTERNACIONALS

*job to be done*” (“Hi ha una feina a fer”), és a dir, quan hi ha una necessitat pendent, sempre hi ha una innovació que apareix en escena. “La innovació és resoldre problemes actuals o de sempre de la manera més original”, apunta. A part, afirma que

una clau és “utilitzar mètodes diferents i treballar molt: pensar en l'usuari, aïllar el problema, buscar solucions i provar-les”.

D'altra banda, Blanco recorda que “els mitjans competeixen amb els jocs i les xarxes socials per captar l'atenció de l'usuari”. I adverteix a l'emprenedor comunicatiu que ha de tenir

en compte que “els moments de lectura dels usuaris s'han multiplicat i busquen experiències i formats diferents al llarg del dia”. El que és evident, conclou, és que, sigui en el format que sigui, “el periodisme seguirà sent sempre necessari”. **Ç**

Més informació a:

Rànquing d'Innovació Periodística 2014 → <http://mip.umh.es/ranking/>  
 Màster en Innovació en Periodisme (UMH) → <http://mip.umh.es/>  
 DNI Innovation Fund de Google → [www.digitalnewsinitiative.com/](http://www.digitalnewsinitiative.com/)

+ info

*Dossier*  
*Innovació periodística*



# JOVE, RUPTURISTA, IRREVERENT

*Vice*, una nova manera de fer periodisme  
que acumula audiència i reconeixements

La multiplataforma *Vice* va rebre el premi periodístic que atorga la Knight Foundation, un reconeixement que se suma al premi d'excel·lència a Internet Webby, als dos reconeixements audiovisuals Peabody, al guardó PEN Center d'escriptura o a l'Emmy amb el qual ja compta aquest gegant de la comunicació. Amb un creixement imparable i uns números que fan respecte, *Vice* demostra, dia a dia, que existeix un model d'èxit, i que hi ha una generació que clama per una nova manera de fer periodisme.



TEXT ANNA GALDON  
FOTO SERGIO RUIZ

Un grafit amb el logotip de *Vice* indica al visitant que cal pujar un pis més, per les escales, per trobar la redacció del mitjà que ha capgirat el món de la comunicació. No hi ha ascensor directe, ni rètol. Només un seguit de revistes penjades amb cartó ploma a la paret indiquen que la porta del final del passadís, metàl·lica i pesada, és l'entrada a un món que recorda més a Silicon Valley que a una redacció convencional.

Molta llum, taules compartides, racons per descansar i una trentena de persones que parlen i redacten, la majoria joves. Així és *Vice*: irreverent, diferent, polèmic. Des d'aquestes oficines, els periodistes d'aquest mitjà nascut a Canadà divuit anys enrere es dirigeixen a tota una generació. L'altaveu és multiplataforma i, el públic, *millennial*. "El mitjà per a joves més important del món", sentència Juanjo Villalba, editor en cap de *Vice.com*, el projecte mare del gran paraigua que representa l'empresa.

Raó no n'hi falta. Amb 36 edicions a tot el planeta, una audiència estimada en 129 milions d'usuaris, discogràfica, editorial, canal propi de producció de vídeo, televisió associada a l'HBO o agència de publi-

## LÍDER EN PRODUCCIÓ I DISTRIBUCIÓ DE CONTINGUTS, VICE REPRESENTA A LA PERFECCIÓ EL NOU MODEL DE NEGOCI GLOBAL

cat, *Vice* és líder en producció i distribució de continguts i representa a la perfecció el nou model de negoci global. Un model que connecta com ningú amb els joves i amb el nou estil de consumir informació; un estil que apropa Iraq, Guantánamo, Corea del Nord o Mèxic a una generació a la qual s'acostuma a titllar de desintereçada i desconnectada del periodisme "dur", "real"; una manera de comunicar-se que neguiteja els mitjans clàssics i que no para de guanyar terreny.

Valorada avui en 2.500 milions de dòlars, l'empresa nascuda el 1994 de mà de tres joves sense feina sembla no tocar sostre.

S'adapta a les noves formes d'entendre la informació, evoluciona constantment i no para. "Tenir redaccions a tots els punts del planeta ajuda", aclareix Medir Plandolit, editor en cap de Continguts i encarregat a Espanya de ViceNews –canal de notícies que va obrir delegació a Barcelona el passat mes d'abril–, una de les branques que més prestigi periodístic està aportant al conglomerat. Amb titulars com *¿Por*

## TÉ 36 EDICIONS A TOT EL PLANETA, UNA AUDIÈNCIA DE 129 MILIONS D'USUARIS, DISCOGRÀFICA, EDITORIAL, TELEVISIÓ I AGÈNCIA DE PUBLICITAT

*qué demonios Rusia se ha metido en Siria?* — *Tè explicamos las claves, ¿Tè acuerdas de Al-Qaeda? Ellos seguro que se acuerdan de ti*, o reportatges de viatges a Txernòbil i Pakistan, la marca ha creat un estil propi. Els titulars, els vídeos, el contingut... tenen un segell únic. Com si es tractés d'un director de cinema, l'usuari sap que està llegint *Vice*, igual que un consumidor habitual de pel·lícules sap que està mirant una obra de Woody Allen o Wes Anderson. La fórmula? Cuidar molt un determinat estil entre cínic i humorístic, "moltes hores al telèfon amb els col·laboradors", en paraules dels editors, incloure a tot aquell que té idees originals

i produir el 100% del contingut. "Fins i tot quan un realitzador ens proposa una superproducció li diem: 'ens agrada la idea i ens agrades tu. Vine'. I anem junts.", aclareix amb determinació Plandolit. L'objectiu final sempre és mantenir una filosofia i una marca que s'identifiquin ràpidament i eliminar la competència transformant-la en sinergia.

### SENSE POR

I és que *Vice* és la temeritat i la incorrecció feta empresa. No hi ha pànic a provar coses noves, terror a incomodar o por al desconegut. Ells mateixos es comparen

amb el bebè d'avui en dia que, sense recel, toca totes les teclades d'una tauleta tàctil per saber com funciona. Experimentant, sense límits. Una nova mentalitat que fuig dels anacronismes estàtics d'abans i es llença a arriscar, provar, mesclar, jugar.

Si als Estats Units es domina el *breaking-news* i a Europa s'aposta més pel reportatge en profunditat, *Vice* ho barreja. L'esperit

de l'empresa és aquest, amb tot el que això comporta. No s'ha d'oblidar que els fundadors no eren periodistes, i que és segurament

aquesta falta de pilars acadèmics el que va fer que connectessin de manera tan directa amb l'audiència del carrer. Shane Smith, CEO de l'empresa i un dels tres fundadors originaris de *Vice*, ha repetit diverses vegades que feien les coses "sense tenir-ne cap idea, inventant sobre la marxa formes originals d'escriure històries".

I, sorprenentment, van saber parlar als joves de fa vint anys, enganxar-los a una nova manera d'entendre el periodisme, créixer amb ells i recollir pel camí les noves generacions que venien darrere. No hi havia marcs, estructures piramidals o grans classes de com havia de ser la comunicació. Explicaven les coses com a ells els agradaria rebre-les, de manera directa, senzilla i amb opinió. "Hi ha molts periodistes que ens ofereixen un tema i ens diuen: 'si no el publiqueu vosaltres, no ho farà ningú'", explica Vilalba. I és que, vint anys després d'aquell inici *underground*, la fórmula segueix sent la d'experimentar, si pot ser incomodant. "Estem 100% segurs del que estem fent?" es pregunta Plandolit. "No, – respon amb seguretat – però segurament el dia que estiguem segurs ens estarem equivocant".

### EL ROL DE LES XARXES

ViceNews rep un 80% del transit a través de les xarxes. Facebook i Twitter, sobretot, s'han convertit en les grans portes

d'entrada als mitjans de comunicació, tal com publicava recentment el centre d'investigació Pew Research en l'informe *Millennials and Political News* sobre el comportament dels consumidors d'informació als Estats Units.

Segons aquesta prestigiosa institució, les noves generacions nascudes als voltants del 2000, natives digitals i plenament

## CONNECTA COM NINGÚ AMB ELS JOVES. UNA MANERA DE COMUNICAR QUE NEGUITEJA ELS MITJANS CLÀSSICS I NO PARA DE GUANYAR TERRENY

integrades a les *social media*, llegeixen notícies i s'informen a través dels apunts o *posts* (61%), desconfien dels mitjans de comunicació tradicionals i miren poc la televisió (37%). Ara bé, el més curiós és que el canvi no és només generacional, sinó que es tracta d'un gir en el consum de la informació global.

Avui una notícia es llegeix a tres portals web diferents, es contrasta, es compara i es comenta a les xarxes i s'analitza en paper. La informació té diversos pilars, i el públic s'informa a través d'una piulada, mira el vídeo després i llegeix l'article en profunditat si li interessa. Es tracta d'un conjunt, d'uns elements que ja no es poden entendre com a accions separades. "Els nostres pares eren d'un mitjà, d'un canal, d'un diari, d'una ràdio, —assegura Plandolit— nosaltres en canvi llegim persones, periodistes. Busquem la seva opinió. I *Vice* entén aquest canvi i es mulla, diu les coses pel seu nom".

Però l'estructura, l'estil polèmic i la falta de formalismes no s'entendrien sense la independència econòmica. L'empresa té agència de publicitat i finançament propi. Marques que busquen vendre aquest halo de modernitat que desprèn *Vice*, com ara Adidas, Nike, MTV o Dell han arribat a contractes amb l'agència publicitària de la multiplataforma. El grup no depèn d'una corporació o d'una entitat financera (tot i

que el gegant de la comunicació Rupert Murdoch comprés el 2013 un 5% de l'empresa a través de FOX News per 70 milions de dòlars), i pot ser fidel a una manera de fer les coses. L'editor de la branca News ho té clar: "El model de negoci és clau. Ningú ens pot dir res, així que els límits són els nostres propis límits. O els que ens imposen les circumstàncies". Plandolit es refereix al segrest, l'abril de 2014, d'un dels corresponsals del mitjà, Simon Ostrovsky, a Ucraïna. Evidentment, la notícia del seu alliberament es va saber abans pel compte de

Twitter del periodista i corresposnal de Radio Canadà Jean Francois Belanger que pels mitjans de comunicació.

## FARTS DE FORMALISMES

Si hi ha una paraula anglesa que defineix a la perfecció aquest estil de dir les coses pel nom, aquesta és *bullshit*. Un mot que el periodista Toni Güell definia a l'*Ara* com "aquell terme malsonant que s'utilitza per desqualificar alguna cosa que ens hagin dit" i Albert Pla Nualart, responsable lingüístic d'aquest diari, traduïa com a "collonades".

Els *millennials* saben de què es tracta. No volen mentides, ni filtres. Busquen un llenguatge directe, polèmic i que camini entre l'obsenitat i la controvèrsia. Estan interessats en la informació, encara que no

## ÉS LA TEMERITAT I LA INCORRECCIÓ FETA EMPRESA. NO HI HA PÀNIC A PROVAR COSES NOVES, NI TERROR A INCOMODAR O POR AL DESCONEGUT

busquen la que es fa als grans mitjans de comunicació, a on tot és tan políticament correcte i a on saben que no s'explica tot. Busquen un contingut (sobretot de tipus audiovisual) que els impacti, però que a la vegada els expliqui, amb rigor, què està passant.

Per això, *Vice* connecta amb una generació que està farta de formalismes. I el joves, tal com diu Villalba fent-se seva una de les expressions més conegudes de Shane Smith, "tenen el *bullshit detector* molt fi, i no volen que els maregis". Com escrivia José Cervera a *Eldiario.es*, "pot ser que el seu naixement als noranta fos "pur socialisme", i que ara desprenqui certa aura l'elitisme privilegiat blanc i la seva història estigui plena de punts dubtosos, tot i així, no hi ha cap dubte que en les tendències del periodisme digital actual hi ha una bona dosi de *Vice*".

I com és la millor manera de transmetre històries segons aquest nou estil de fer periodisme? Fer-ho com si t'ho expliqués un amic, segons els editors. Opinant. Posant el dit a l'ull. "I si se'ns permet, al cul", corregeix, fidel a aquest estil, Medir Plandolit. Villalba puntualitza: "L'encertes quan pots explicar una situació molt dura de manera senzilla".

Com ara parlar de fecundació in vitro, l'avortament o el dia a dia d'una dona d'èxit des d'una òptica femenina. L'últim dels canals del grup és Broadly, pensat per a dones de més de 30 anys, una aposta que pot semblar més tòpica del que és. "Quan un 90% de les noies et diuen que no senten que els mitjans sàpiguen dirigir-s'hi, que no s'hi senten representades, és que hi ha un problema", denuncia Villalba. Plandolit va més enllà: "Quan expliques que engegues un canal femení i et pregunten si el contingut serà sobre moda i premsa del cor, és que encara hi ha un problema més greu".

Broadly és una mostra més de l'estil-marca global de *Vice*,

que inclou màrqueting pur i estudis de mercat continu per, d'aquesta manera, repensar constantment el model de negoci. Reunions periòdiques amb tots els editors de contingut del món per posar en comú objectius i comunicació constant entre totes les edicions per adaptar-se a un





La redacció de Vice a Barcelona és part d'una gran empresa que ha aconseguit donar un caràcter innovador i irreverent als diferents productes que elabora.

món canviant que no dóna ni un minut de calma.

Els moviments com el 15-M a Espanya, Occupy Wall Street als Estats Units, les primaveres àrabs o *YoSoy 132* a Mèxic són els crits d'una generació que surt al carrer per demanar un canvi, per exigir un nou

"EL DIA QUE ESTIGUEM 100% SEGURS DEL QUE ESTEM FENT ENS ESTAREM EQUIVOCANT"

Medir Plandolit, ViceNews

món. Una mostra més, a ulls de Plandolit, del gir de 180 graus del que estem sent testimonis: "No és només un canvi en el

periodisme, també és en política, en la manera d'organitzar-se de la societat, en economia... És un canvi de pensar i fer transversal". Segurament, *Vice* ho ha entès abans que ningú i ha sabut posar l'altaveu irreverent a una generació que, de formes molt diferents a molts punts del planeta, i a través d'expressions que res tenen a

veure les unes amb les altres, surt a les places a demanar més justícia, més educació, més democràcia, més canvis. I que no té por. Després

d'anys de travessia del desert ideològica, la sacsejada econòmica ha fet que molts joves es preguntin què està passant i per

què les coses no poden ser diferents. Igual que el que va començar com un fanzine entre amics ha aconseguit, coquetejant amb els límits de la irreverència i incòmodant, trencar amb un model que semblava inamovible, els *millennials* es mouen per la Xarxa de manera irreverent i natural, penjant vídeos i piulant sense parar. Saben que el món està mirant. I comencen a tenir els mitjans per explicar-ho. Ç

Més informació a:  
[www.vice.com/es](http://www.vice.com/es) →  
 Edició espanyola de Vice

+ info

*Dossier*  
*Innovació periodística*



# A LA RECERCA D'UN FORAT

Joves emprenedors es fan un lloc  
en un mercat laboral saturat

Davant les dificultats per poder treballar com a periodistes, molts joves emprenedors han decidit posar-se pel seu compte i iniciar un projecte personal, sense esperar que ningú els oferís una feina que no arribava. La qüestió era fer-se un lloc en un mercat laboral saturat. La gran majoria són iniciatives digitals que han apostat per cobrir un territori concret o per l'especialització.

I molts d'ells se n'estan sortint.



TEXT **DAVID BIGORRA**  
FOTOS **SERGIO RUIZ**

Fer-se un lloc en el mercat periodístic és, cada vegada, una tasca més complicada per als joves que surten de la universitat a la recerca d'un lloc on desenvolupar la carrera professional. La saturació dels mitjans tradicionals, combinada amb la crisi econòmica i la del mateix sector, es converteix inevitablement en una tanca difícil de superar. I és en aquest punt en què entra el talent, la capacitat d'innovació i la imaginació per trobar la manera de fer-se un espai on sembla que no n'hi ha.

Les noves tecnologies i les noves maneres de fer periodisme i, també, de consumir la informació d'avui dia ofereixen una escletxa que molts periodistes han sabut aprofitar per accedir al mercat laboral. Perquè si alguna cosa dominen els joves actualment és, indubtablement, la tecnologia. I, en aquest camp, a nivell comunicatiu i periodístic, encara hi ha molt terreny per recórrer.

## LOCALS I DIGITALS

“El nou panorama dels darrers anys, amb la consolidació d'Internet i les xarxes socials, ens ha beneficiat a l'hora de poder crear-nos un lloc de treball, perquè és força complicat trobar feina als mitjans tradicionals”, explica Carla Vilaseca, directora

de Balaguer TV, un canal de televisió en línia d'àmbit comarcal, nascut el 2012, que actualment és referent en el seu territori. “A Balaguer, d'on sóc jo, sempre havíem detectat la manca de mitjans digitals, i sumat a la crisi i a les ganes de fer alguna cosa per la ciutat, ens va portar a la creació del mitjà”, afegeix. En tres anys, el projecte no només està plenament consolidat,

## LA INFORMACIÓ LOCAL O ESPECIALITZADA EN LÍNIA HAN ESDEVINGUT CAMPS ON DESENVOLUPAR PROJECTES INNOVADORS ELS DARRERS ANYS

sinó que, a més, s'ha expandit a territoris com Tàrrrega i Mollerussa. I dona feina a tres treballadors i dos col·laboradors.

Un cas similar és el de David Guerrero, periodista que, juntament amb un company, va decidir crear el *Viu Molins de Rei*, un diari digital d'aquesta localitat que va néixer fa cinc anys. “Era l'any 2010, en plena crisi econòmica i amb totes les portes dels mitjans de comunicació tancades i vam veure clar que havíem de muntar alguna cosa pel nostre compte si volíem treballar de periodistes”, comenta Guerrero. “Va ser quan vam veure que a Molins de Rei, on he viscut molts anys, hi havia

un forat: hi faltava un mitjà local enfocat a la nostra generació”, puntualitza.

Dedicant-hi al principi les estones mortes, aquest nou portal digital va viure un punt d'inflexió el dia que Guerrero i el seu company, després de quedar-se a l'atur, van decidir apostar-hi fort: “Tot va canviar en positiu quan vam fer el canvi de xip, hi vam donar una visió empresarial i vam apostar per contractar un comercial per aconseguir publicitat”. Va ser aleshores quan el mitjà va

començar a obtenir rendibilitat. “Quan poses una persona que sap fer de comercial, aconseguix publicitat”, sentència Guerrero, que actualment ha expandit el projecte també a Sant Boi.

Inevitablement, un percentatge molt elevat del finançament a l'hora d'iniciar projectes periodístics passa per aconseguir publicitat. “La situació econòmica als darrers anys era molt complicada, sobretot per la manca de confiança cap als mitjans digitals, ja que a la gent, fins fa molt poc, li era més fàcil posar publicitat en paper, perquè és una cosa que veus i palpes, que no pas contractar un bàner a Internet”,

resumeix Jordi de Arriba, un dels fundadors d'*iSabadell.cat*, diari digital nascut a principi de 2012 que, igual que el *Viu Molins de Rei*, té dos periodistes dedicats plenament al projecte.

De la mateixa manera que els casos de Balaguer TV i *Viu Molins de Rei*, l'*iSabadell.cat* va néixer per cobrir un buit digital. "Vam veure que a Sabadell no hi havia cap mitjà

## "TOT VA CANVIAR QUAN VAM FER EL CANVI DE XIP I VAM DONAR-LI UNA VISIÓ EMPRESARIAL"

David Guerrero, *Viu Molins de Rei*

de referència a Internet", assegura De Arriba. "Però quan vam començar no m'imaginava que seríem on som ara. Ho veia complicat per la situació econòmica i perquè, personalment, no tenia gaires coneixements d'empresa, ni de publicitat, ni de webs, ni d'impostos... Era simplement un periodista", admet.

## APOSTES ESPECIALITZADES

La informació local ha esdevingut un camp on desenvolupar projectes innovadors els darrers anys. Gràcies, especialment, al fet que Internet ha permès

la creació de múltiples plataformes periodístiques amb costos relativament baixos. Això ha provocat, també, la possibilitat de crear apostes altament especialitzades i amb nínxols de mercat clarament delimitats. És el cas de *Palco23*, un diari digital orientat al negoci de l'esport creat per Marc Menchén, periodista que després de molts anys a *Expansión* va decidir arriscar-se deixant la feina i llançant-se a desenvolupar aquest projecte.

"Encara som a la fase de llançament i no som rendibles, si bé crec que ho serem

aviat, ja que hi ha altres casos que així ens ho demostren. El millor de ser un diari amb un nínxol tant clar és que la teva publicitat és molt focalitzada i encertada, perquè coneixes molt bé el perfil del teu lector i tens un públic molt més qualitatiu que un mitjà general", argumenta Menchén, que ha format un equip de tres periodistes i un comercial. "Volem ser una referència per a la gent del món de l'esport, ja que els que hi treballen com a professionals no tenien fins ara cap mitjà on trobar comptes econòmics, veure què feia la competència a nivell màrqueting i de patrocini, etc.", explica.

En aquesta mateixa línia, va néixer *Fosbury* fa un any i mig, un diari digital centrat en l'esport a excepció del futbol i del Barça, i que a l'inici era una aplicació per a tauleta, tot i que actualment també es pot seguir per web des de l'ordinador. "Estem creant un públic de gent a qui agrada l'esport més enllà del futbol, que consumeix futbol perquè és el que li donen, encara que veu que hi ha un altre tipus de periodisme possible en aquest aspecte", explica Àlex Gomà, un dels cofundadors.

## VARIETAT DE DISPOSITIUS

El nou paradigma digital ha fet que l'audiència estigui clarament comptabilitzada i controlada, tot i així, la varietat de dispositius des d'on es consumeix la informació ara mateix complica en diversos aspectes la manera de fer la informació i, també, d'aconseguir finançament publicitari. "Abans, plantejàvem un diari en versió ordinador d'escriptori, però ara tenim un 60% de visites des de mòbils o tauletes", destaquen tant Guerrero com De Arriba sobre l'audiència del *Viu Molins de Rei* i de l'*iSabadell.cat*. Però encara és més extrem el cas de Balaguer TV, en què un 70% de les visites es fan des de dispositius d'aquest tipus. "Això també crea un problema amb la publicitat, perquè un bàner



Després de treballar molts anys a *Expansión*, Marc Menchén volia començar el seu propi projecte i ha creat *Palco23*, un diari digital sobre el negoci de l'esport.

vàlid en versió ordinador no ho és gens per a un mòbil”, reconeix Guerrero.

## MARCA PERSONAL

D'altra banda, la consolidació de les xarxes socials les ha convertides en una de les grans portes d'accés cap als mitjans digitals. Facebook i Twitter són eines imprescindibles per orientar el trànsit cap als webs d'informació. Però també poden ser peces clau a l'hora de crear-se una marca personal que serveixi com a trampolí cap a un mitjà de comunicació. És el cas de l'Albert Olaya, creador d'*Estats.es*, un bloc que va engagar per fer un seguiment del referèndum per la independència que es va celebrar a Escòcia el 2014 i que després ampliaria amb altra temàtica política.

“Vaig començar el bloc perquè m'interessava el tema d'Escòcia i veia que aquí no es veia reflectida la informació que hi havia al Regne Unit. Vaig creure que a Catalunya el tema donaria molt de joc”, argumenta Olaya, que després de guanyar

**"NO TENIA CONEIXEMENTS D'EMPRESA, NI DE PUBLICITAT, NI DE WEBS... ERA SIMPLEMENT UN PERIODISTA"** Jordi de Arriba, *iSabadell.cat*

un premi pel bloc el 2013 va començar a prendre's més seriosament el projecte. “Va ser aleshores quan vaig veure que en podia treure un rendiment, encara que fos per marca personal, ja que dóna presència a la Xarxa”, afegeix.

El bloc va aconseguir un bon nombre de seguidors d'Olaya, que va viatjar dues vegades a Escòcia per seguir en primera línia l'actualitat del referèndum i, mitjançant donacions dels lectors, fins i tot va cobrir els costos d'una part dels viatges. “Tenir

una bona marca personal a Internet és important i es valora. La nostra generació, els que tenim vint-i-pocs anys, hem crescut ja amb totes

aquestes eines digitals al nostre voltant”, afegeix Olaya, que fa uns mesos que ha fitxat per *El Español* (diari creat per Pedro J. Ramírez), on va accedir entregant, juntament amb el seu currículum, l'enllaç amb el seu bloc.



El periodista i emprenedor Joan Solé, fundador de la revista *Mirall*, que funciona des de fa dos anys, ja compta amb cinc redactors i una vintena de col·laboradors.

## OBRIR PORTES

El fet que en l'actualitat tothom tingui a l'abast la possibilitat de desenvolupar-se professionalment a través d'Internet ha donat una nova dimensió al sector periodístic. I, per tant, un bon projecte pot obrir portes a mitjans de comunicació. Amb aquesta idea es va crear la revista digital *Mirall*, fundada per Joan Solé i que ja en la declaració d'intencions al mateix web defineix clarament els eixos sobre els quals es vertebrà: "En un context econòmic que limita les oportunitats laborals d'una bossa important de llicenciats, *Mirall* pretén ser un espai on exposar la vàlua de tots aquells que vulguin sumar-se al projecte. Som un projecte de joves que promociona joves del món cultural i periodístic".

Solé, jove periodista que ja ha publicat dos llibres, explica que *Mirall* és "aquell projecte que a mi m'agradaria fer si treballés de periodista. M'agradaria poder estar en un mitjà i poder fer el que faig aquí". La revista, en la qual hi ha cinc redactors habituals i gairebé una vintena de col·laboradors, ofereix als lectors articles de temàtica sociocultural i en dos anys des de la creació ja acumula 15.000 seguidors a les xarxes socials.

Per ara, no genera ingressos, encara que des de l'octubre compta amb un espai físic que els han cedit al barri de Gràcia

de Barcelona i que han convertit en sala d'exposicions. "A més d'exposicions, també hi farem conferències, esmorzars, benenars... Amb gent de primera línia de la cultura i del periodisme, i si obtenim una mica de benefici econòmic millor, però l'important és fer una massa de lectors,

## "FAIG EL PROJECTE QUE M'AGRADARIA FER SI TREBALLÉS DE PERIODISTA"

Joan Solé, *Mirall*

de gent que vingui al local interessada en l'autor que exposa i no conegui *Mirall*. El que volem és que s'involucri en el projecte fent-se mecenes nostre", resumeix Solé.

La innovació periodística forma part dels grans reptes que es troben els joves llicenciats. I, en aquest aspecte, a les universitats també els ha tocat posar-se al dia. A la Facultat de Comunicació Blanquerna s'ha creat recentment un vicedeganat d'Empresa i Innovació que dirigeix Carme Basté. "Estem desenvolupant iniciatives perquè els nostres alumnes que tinguin projectes, siguin d'emprenedoria empresarial o una pel·lícula, tinguin un aparador on mostrar-se i exhibir el talent fora de la universitat. I també estem treballant en un laboratori intern per acompanyar i assessorar els alumnes que tinguin una idea i

que no sàpiguen com tirar-la endavant", expressa Basté.

La innovació periodística, per tant, ha trobat a Internet un enorme camp de recerca on desenvolupar idees i projectes. Un lloc que encara té per oferir múltiples plataformes i noves maneres de fer i consumir la informació en el futur més immediat. En definitiva, un terreny per explorar en l'àmbit comunicatiu on els joves, queda clar, hi tenen moltíssimes coses a dir. **Ç**

Més informació a:  
[www.balaguer.tv](http://www.balaguer.tv) → Balaguer TV  
[www.viumolinsderei.com](http://www.viumolinsderei.com) → Viu Molins de Rei  
[www.isabadell.cat](http://www.isabadell.cat) → iSabadell.cat  
[www.palco23.com](http://www.palco23.com) → Palco23  
[www.fosbury.cat](http://www.fosbury.cat) → Fosbury  
[www.estats.es](http://www.estats.es) → Estats.es  
[www.rmirall.cat](http://www.rmirall.cat) → Mirall

+ info

# ELS LÍMITS DEL FOTOPERIODISME

Fins a on és vàlida la manipulació de les situacions per explicar una història amb imatges?

TEXT ÒSCAR GARCIA



Una de les imatges polèmiques de Troilo realitzades a Charleroi. Foto: Giovanni Troilo

**La retirada del premi World Press Photo al fotògraf Giovanni Troilo per la sèrie sobre la ciutat de Charleroi torna a plantejar el debat sobre què és acceptable en el fotoperiodisme, els límits i els punts de contacte entre aquesta disciplina, la fotografia documental i la de creació.**



“Avui en dia, el malestar social és part de la vida dels ciutadans. (...) Només una sexualitat perversa i retorçada, l’odi racial, l’obesitat neuròtica o l’abús de drogues semblen solucions perquè aquest malestar endèmic sigui acceptable”. El fotògraf italià Giovanni Troilo, presentava, amb aquestes paraules, la seva sèrie “La ciutat negra. El cor fosc d’Europa”, dedicada a la ciutat valona de Charleroi (Bèlgica), que volia ser una al·legoria de la situació a Europa. L’organització del World Press Photo –que va anunciar els guanyadors d’enguany el passat 12 de febrer– li va atorgar el premi dins de la categoria Contemporary Issues i amb el guardó es va iniciar la polèmica.

Charleroi és una població d’uns 200.000 habitants que ha patit la desindustrialització, presenta un 23% d’atur i un 28% d’índex de pobresa. Un sondeig del diari *De Volkskrant* la va declarar, el 2008, la ciutat més lletja d’Europa. Es poden rastrejar al web fotografies i reportatges que en mostren la decadència. Però la sèrie de deu imatges de Troilo anava més enllà. Entre aquestes, hi destacaven tres que van generar suspicàcies. En una, es veia una parella copulant dins d’un cotxe amb les llums enceses. L’acció de l’interior

per una porta, dins casa seva. El peu de foto: “Philippe viu en uns dels barris més perillosos de la ciutat”. A la tercera, un home nu sobre una taula estava envoltat d’homes i de dones despullades, en una composició que recordava quadres de l’escola flamenca.

## COMENÇA LA POLÈMICA

Pocs dies després que es conegués el resultat del jurat, el 25 de febrer, l’alcalde de Charleroi, Paul Magnette, adreçava una carta oberta a l’organització del World Press Photo demanant que retiressin el premi a Troilo, allà no denunciava directament la imatge que el fotògraf oferia de la ciutat sinó el procés: “Aquest treball fa servir essencialment la posada en escena com a tècnica per aportar drama a les imatges mitjançant una il·luminació artificial. Si es tractés d’una obra artística, no seria un problema. Per desgràcia, no sembla que el fotògraf presenti el seu treball com a tal. Afirmar estar fent periodisme d’investigació, un assaig que mostra una realitat”. L’alcalde també va denunciar que l’home gras que, suposadament, estava reclòs a casa seva en un barri perillós és un afable propietari d’un restaurant.

## LA POLÈMICA DEL WORLD PRESS PHOTO HA PRODUÏT EL DEBAT SOBRE SI S’HA DE REVISAR LA CONCEPCIÓ TRADICIONAL DEL FOTOPERIODISME

també era visible per la il·luminació que provenia de la part inferior de la cabina. Al peu de foto que va publicar World Press Photo s’hi podia llegir: “Els habitants coneixen aparcaments populars entre les parelles que volen mantenir relacions sexuals”. A la segona, un retrat d’un home obès i mig nu, emmarcat

Arran el contundent al·legat de l’alcalde, l’organització del World Press Photo anuncia, l’endemà, que està duent a terme una investigació. Pel que fa a la fotografia de la parella al vehicle, es fa públic que un dels amants era cosí del fotògraf. Al respecte, l’organització reafirma, l’1 de maig, el premi a Troilo i justifica que “el cosí va donar al fotògraf permís per seguir-lo aquella nit, observar i fotografiar-lo mentre mantenia relacions sexuals amb una dona. Hagués o no haguera estat el fotògraf, el seu cosí tenia planejat tenir relacions sexuals en el cotxe”. Per la seva banda, Troilo va reconèixer que va fer servir un flaix, al terra



Un dels membres de la parella que mantenia relacions al cotxe era el cosí de Troilo. Foto: Giovanni Troilo.

de la cabina i disparat a distància per il·luminar els cossos dins del vehicle.

Aquestes informacions provoquen encara més reaccions. El 2 de maig, Jim Colton, anteriorment al World Press Photo i exdirector de fotografia a *Newsweek*,

## "SI NO ERA FOTOPERIODISME, PER QUÈ NO EM VAN ELIMINAR DE BON PRINCIPI?"

GIOVANNI TROILO, FOTÒGRAF

publica una carta oberta al seu bloc en la qual assegura que "està fora de dubte a la meva ment que no és fotoperiodisme. És, com a màxim, fotoil·lustració".

No només continuen les crítiques, sinó que apareixen noves dades. El 3 de març, el fotògraf belga Bruno Stevens, guanyador del World Press Photo tres cops, anuncia a Facebook: "Puc provar oficialment que, com a mínim, una de les fotografies de Troilo no va ser presa a Charleroi o a prop. He parlat amb el principal protagonista de la imatge, així que la informació està confirmada al 100%" (es referia a la foto del pintor). L'endemà, Stevens continuava amb més

dades: "Vaig demanar Troilo que em contactés fa tres dies perquè volia oferir-li una sortida decent abans de fer pública la informació. Ell va triar no donar-me una resposta".

També el 4 de març, Jean-François Leroy, director del Visa pour l'Image, el principal festival de fotoperiodisme, que tradicionalment incorporava a la mostra els guanyadors del World Press Photo, feia servir Facebook per atiar el foc: "Els fotoperiodistes que volem representar no criden als seus cosins per fornicar en un cotxe (...). Els fotoperiodistes el treball dels quals estem orgullosos de mostrar no demanen al seu subjecte de treure's la camisa i els il·luminen amb llums d'estudi perquè s'assemblin a una pintura holandesa". El director del Visa pour l'Image també anunciava que enguany no mostraria les fotos del World Press Photo al conegut festival de Perpinyà.

## CONFIANÇA I ÈTICA

A la mateixa jornada, el director gerent del World Press Photo, Lars Boering, emetia un altre comunicat en què anunciava la retirada del guardó a Troilo: "El premi ha de basar-se en la confiança en els fotògrafs i en l'ètica professional (...). Ara som davant un clar cas d'infor-

mació fal·laç i això canvia com hom percep la història. S'ha violat una regla i s'ha creuat una línia vermella”.

Finalment, *El País* va publicar, el 7 de març, la resposta de Giovanni Troilo, que es va referir a la fotografia del pintor, aquella que no s'havia fet a Charleroi: “Va ser un error involuntari, però he de pagar per ell. No és una injustícia, si bé m'han aplicat la pena màxima”. Respecte a si es podia considerar fotoperiodisme el treball, deia: “No sóc jo qui ho ha de dir, sinó el jurat. Si no era fotoperiodisme, per què no em van eliminar de bon principi?”

Tot l'assumpte sembla haver produït ones de ressonància que amplien els dubtes sobre si s'ha de revisar la concepció tradicional del fotoperiodisme. Sense anar més lluny, Lars Boering, el responsable de treure-li el guardó al fotògraf, va llençar la primera pedra a la cerimònia de lliurament dels premis: “Ens trobem confrontats a canvis formidables: imparables avanços tecnològics que sovint són innovadors i de vegades, disruptius. Ètiques canviants, ja que els periodistes visuals s'allunyen del denominat periodisme “objectiu” i s'apropen a una forma més personal d'*storytelling*”.

## LA FORMA DEL RELAT

La fotografia com a forma d'explicar històries des d'un punt de vista més o menys subjectiu envers el fotoperiodisme. Ricard Garcia Vilanova, fotoperiodista que va ser segrestat durant sis mesos a Síria mentre cobria la situació al país, afirma que, a la fotografia, tot és vàlid; però no en el fotoperiodisme: “Si em parles de fotoperiodisme, entenc que no hi té cabuda l'escenificació. És com si algú escriu una notícia i en falseja unes dades. Oi que no ho acceptariem? A efectes pràctics, per a mi és el mateix”. Garcia Vilanova no accepta les explicacions de Troilo i veu intencionalitat en les ambigüitats. “Que t'equivoquis en un nom ho puc entendre; que et passi amb una data també, ara bé, que t'equivoquis en una població... És una opinió personal, però no deixa de ser curiós que hi hagi aquest canvi d'ubicació tan gran”, assegura.

També, Arianna Rinaldo, directora de la revista de fotografia *OjodePez* i directora artística de Cortona On The Move, festival anual de fotografia on ha exposat Giovanni Troilo, el defensa: “Moltes de les ambigüitats d'interpretació de les obres es van produir perquè

el Word Press Photo no va publicar els peus de foto originals de Troilo, en què la intencionalitat era manifesta i, a la intenció rau l'honestat. Les fotografies més importants de W. Eugene Smith, un històric del fotoperiodisme, són construïdes. I ell no se n'amagava. Deia que l'honestat del fotògraf és comprendre

## "SI EM PARLES DE FOTOPERIODISME, ENTENC QUE NO HI TÉ CABUDA L'ESCENIFICACIÓ"

RICARD GARCIA VILANOVA, FOTOPERIODISTA

la situació que tens al davant i la teva intenció en explicar-la, no en quin moment has pres el disparador o si li dius al teu subjecte que es mogui cap a la dreta”.

La intenció d'oferir un punt de vista personal, subjectiu, pot respondre, segons el cap de Fotografia del diari *Ara*, Xavier Bertral, a una preponderància del fotògraf sobre la història: “He detectat una certa tendència a buscar l'efectisme i el dramatisme més enllà d'intentar explicar històries i explicar-les bé. El nostre ego no pot anar per davant dels nostres protagonistes”.

Mentre les divergències continuen, el World Press Photo, sense la sèrie de Troilo, es presentarà al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) fins al 13 de desembre. Casualment, per les mateixes dates, al Museu de la Fotografia de Charleroi, el fotoperiodista Stephan Vanfleteren, guanyador d'aquest premi diverses vegades, presenta un reportatge de fotoperiodisme sobre la ciutat amb el títol “És clar que el gris és negre”. Parlant de matisos. Ç

# EL CAS VINADER

Un llibre relata la condemna, l'exili, l'empresonament i l'indult de Xavier Vinader als anys vuitanta

TEXT **XAVIER MONTANYÀ**  
FOTO **PACO ELVIRA**



Xavier Vinader amb Francisco Ros Frutos, qui li va facilitar la informació sobre els vincles entre la policia i les trames d'ultradreta al País Basc.

**El 9 d'abril, moria Xavier Vinader. Referent del periodisme d'investigació, uns articles a *Interviú*, el 1979, amb la informació facilitada pel policia Francisco Ros Frutos van precedir els assassinats per part d'ETA de dos ultradretans citats als articles. Condemnat a set anys de presó per imprudència professional, va haver de marxar quasi tres anys a l'estranger convertint-se en el primer periodista exiliat de la Transició i en el primer de la democràcia empresonat per motius polítics. Després de tres mesos entre reixes va ser indultat. En aquestes pàgines, reproduïm extractes d'*El cas Vinader. El periodisme contra la guerra bruta de Xavier Montanyà (Pòrtic)*, el llibre que relata aquells fets.**

L'escalada ultra de violència i amenaces contra *Interviú* i els venedors de premsa va ser tan intensa que Antonio Asensio, president d'Ediciones Zeta, sense arribar a afirmar que la revista podria desaparèixer, va declarar que «la situació pot arribar a revestir característiques molt greus si no es posa fi a la campanya, la força de la qual prové dels grups ultradretans, juntament amb el silenci del Govern». A primers de febrer del 1980, Dario Giménez de Cisneros presentava la dimissió com a director de la revista, «per temor i per amor», segons va dir. El va substituir Eduardo Álvarez Puga, que havia coincidit amb Vinader a l'Escola de Periodisme, i ja havia estat director seu a la revista *Mundo*.

Com havia anat complicant-se el seu processament fins a arribar a una petició fiscal contra ell de dues penes de dotze anys i una de tres anys, i una indemnització de vuit milions de pessetes als hereus de les dues víctimes d'ETA? El fiscal relaciona el mort amb *Interviú* i afirma que hi ha indicis racionals de criminalitat de Ros i Vinader com a presumptes còmplices. Les vídues dels dos ultradretans presenten una querrel·la criminal contra Vinader, Ros Frutos i Ediciones Zeta per calúmnies. Demanen que els empresonin i cinquanta milions de compensació.

El procés va seguir el seu curs, amb l'absència de Xavier Vinader, que era a l'exili. L'expolicia Francisco Ros Frutos declara voluntàriament davant el jutge el 15 d'abril. Manifesta que està sent objecte d'amenaces de mort, pintades a la porta del seu domicili i trucades telefòniques que amenacen que «si no el maten fora de la presó, el mataran a dins».

## AMENACES CONSTANTS

L'escalada d'amenaces i violència ultra va culminar el 4 de juny de 1980, amb l'intent fallit de segrest o d'assassinat de Xavier Vinader, al seu domicili barceloní, al carrer de la Costa, del barri del Putxet. Per sort, no l'hi van trobar, ell era a l'exili. La premsa va publicar que l'assalt al pis s'havia produït poc abans de les cinc de la tarda i que, atesa la delicadesa de les investigacions que el periodista duia a terme, la seva adreça no figurava a la guia telefònica, cosa que feia sospitar que els assaltants podien disposar d'«importants complicitats».

L'escamot va forçar la porta amb palanqueta, van remenar tot el pis i hi van deixar, pintades amb esprai blau a les parets, frases amenaçadores plenes de faltes d'ortografia: «*Camaradas matados,*

*presentes*», «*Arriba España*» i un alarmanent «*Asta pronto*». Els veïns no van sentir res. Més tard, una veu que s'identificava amb el nom de «Batallón Catalano-Español», un grup que mai no va existir, llegia per telèfon un comunicat a la redacció del diari *El País*: «Venjarem els nostres camarades Jesús García i Alfredo Ramos, de Barakaldo».

El 6 de juny de 1980, l'advocat Luis Alonso Vallés interposa una denúncia judicial per amenaces. El mateix dia, Eduardo Álvarez Puga, director d'*Interviú*, també interposa una denúncia per amenaces. «Jo sempre havia patit amenaces, però en aquell moment semblaven més greus», recorda. «Antonio Asensio i jo vam anar a parlar amb el ministre de l'Interior, que era Juan José Rosón. Jo havia demanat a Vinader una relació de la gent que podia ser susceptible d'amençar-me, i me la va fer. Quan el ministre em va preguntar si tenia sospites, li vaig donar la llista, i ell la va confiar al seu segon, que, al cap d'una estona, va tornar dient que aquella relació estava molt ben feta. Hi havia gent important. Entre ells un tinent coronel de la Guàrdia Civil, un comissari de policia, etc. Aquí es van acabar les amenaces. Vinader tenia un nivell d'informació fora del comú».



## TESTIMONIS I CONTEXT

En les 248 pàgines d'*El cas Vinader. El periodisme contra la guerra bruta*, de Xavier Montanyà (Pòrtic), el periodista i escriptor Xavier Montanyà (Barcelona, 1961) relata en una vintena de capítols i nombrosos testimonis el Cas Vinader que va esclatar a inici dels anys vuitanta, si bé també explica, entre altres aspectes, l'origen dels GAL i la repressió contra la llibertat d'expressió a Euskadi, context obligat per entendre els fets que relata. La idea del llibre va sorgir després que Televisió de Catalunya emetés el documental *Xavier Vinader, periodista. Contra la guerra bruta*, que Montanyà va dirigir amb el realitzador Àngel Leiro.



El director d'*Interviú*, Álvarez Puga, va fer moltes gestions i va moure molts fils. En aquest sentit, té un record especial de l'interès que va posar-li Francisco Fernández Ordóñez, ministre de Justícia d'UCD del setembre del 1980 al setembre del 1981: «No era una persona d'esquerres pròpiament dita, però va participar molt activament a aconseguir l'indult de Vinader. Vam dinar junts diverses vegades per tractar de l'assumpte. Un dia em va dir que tenia una bona notícia per donar-me, i em va citar a dinar al restaurant Parrillón de Madrid, en un reservat. "La meua secretària em portarà un informe, ja t'ho explicaré", em va dir d'entrada. Vam dinar, i a les postres va venir la secretària amb un sobre tancat. Ell el va obrir, el va llegir i va canviar de color. "Eduardo", em va dir, "no puc explicar-te res, però estem envoltats de feixistes"».

## CAP DE TURC

Després d'un pacte amb el ministre de Justícia, Francisco Fernández Ordóñez, Vinader retorna clandestinament, posa fi a onze mesos d'exili i es presenta, voluntàriament, a Madrid, a l'Audiència Nacional, el 17 de desembre de 1980. Hi ha un grup important de companys de la professió que l'esperen a l'entrada per fer-li costat. Fa una hora que passen per

la vorera o que passen l'estona reunits en els bars propers. Hi ha José Luis Morales, Miguel Ángel Aguilar, Gregorio Morán, César Alonso, Luis Reyes, Félix Bayón. Ell arriba acompanyat del seu director, Eduardo Álvarez Puga, i del seu advocat, Luis Alonso Vallés, que una vegada i una altra repeteix: «No és convenient tanta premsa aquí, no és convenient». Tots ells el van escortar fins que, a l'entrada, la policia els va barrar el pas. «Confio en els canvis produïts en el poder judicial i sobretot en la tasca del ministre de Justícia, Fernández Ordóñez», declarava Vinader als companys abans d'entrar.

El titular del jutjat central d'instrucció núm. 1 de Madrid, el jutge Ricardo Varón Cobos, li pren declaració. En resum, declara que ell s'ha limitat a entrevistar l'ex-policia Ros Frutos, que li havia facilitat la informació que, un cop comprovada, es va procedir a publicar. Afirmar que ignora les raons per les quals han matat els propietaris dels dos bars de Barakaldo i recalca que mai va tenir la intenció que tals articles poguessin servir d'informació per a organitzacions armades.

«Quan m'acusaven de col·laboració amb banda armada», recordava Vinader, «vaig arribar a dir: "Jo he tingut a les mans informació molt sensible, provinent de

membres de les mateixes forces de seguretat: plànols d'instal·lacions al País Basc, dossiers confidencials i secrets. S'imagina què hauria passat si jo ho hagués fet circular? Si m'haurien de donar les gràcies per haver callat la meitat del que sé!". En definitiva, els policies que sabien del tema deien que jo era perillós no només pel que escrivia, sinó també pel que sabia i no havia escrit mai».

Abans de decretar l'ingrés de Vinader a presó, el jutge li comenta: «Miri, no s'ho prengui malament. No és res personal. El que passa és que vostè s'ha convertit en l'exponent d'una determinada manera de fer periodisme que està arribant massa lluny. I hem de donar un escarment». Necessitaven un cap de turc. Vinader tindria tota la vida les paraules del jutge profundament gravades en la memòria. Tot seguit, el jutge signa l'ordre de presó provisional incondicional comunicada. Del despatx del jutge, van conduir Vinader directament a Carabanchel.

## AMICS A LA PRESÓ

Per a Vinader, la presó no era un món desconegut. Fidel a la seva missió de treure a la llum els aspectes més foscos de la Transició, havia escrit reportatges sobre la situació de les presons, la COPEL (Coor-

La premsa de l'època, tant els diaris i revistes nacionals com els estrangers, es van fer ressò del Cas Vinader.



dinadora de Presos en Lucha) i els motins que s'hi havien produït en aquells anys. Entre molts articles, Vinader, juntament amb Pere Costa, havien estat els primers a entrevistar *el Vaquilla*, José Moreno Cuenca, a la Mina, la qual cosa els va suposar un processament per calúmnies i injúries a les forces de seguretat, que guanyarien.

Com a reporter, ja coneixia Carabanchel per dins, però és molt diferent quan s'hi entra emmanillat. El seu company de redacció, Dionisio Giménez, compungit, l'acompanya en el cotxe cel·lular de la policia fins a la primera porta metàl·lica de la presó. Abans que es tanqui, Vinader es gira i li diu: «Anima't, home... i parla amb els companys!».

Feia molt fred als passadissos de la presó. El portaven a la zona dels presos considerats perillosos. Ho sabia del cert. Ja hi havia estat una vegada, per feina, en una visita d'un ministre acompanyat de la premsa. Aviat sabia que el seu company era un neofeixista, que havia assassinat un militant comunista en una manifestació. Un perill potencial per a ell. L'endemà al matí, però, després de l'entrada clandestina a la presó dels diaris que anunciaven l'empressonament de Vinader, una delegació de cinc presos el van anar a veure, van expulsar l'ultra de la cel·la i li van assignar dos guardaespalles que el protegirien nit

i dia. L'endemà va ingressar a l'hospital penitenciari. Va sortir en llibertat condicional quatre dies més tard, després d'haver abonat una fiança d'un milió de pessetes. La quantitat la va cedir Luis María Anson, president de la Federació de les Associacions de Premsa d'Espanya. Eren els diners que havia rebut pel Premi Nacional de Periodisme.

A la porta de Carabanchel, l'esperaven els seus col·legues de la premsa. Pels finestrons, entre els barrots, alguns reclusos li cridaven frases de comiat. L'estada de Vinader darrere els murs havia estat molt breu. Això no obstant, gràcies a la seva bona fama i simpatia, li va resultar molt fructífera en informació i noves amistats, tal com va declarar a la porta: «He fet bons amics. Entre altres, Iñaki Aguirre, d'ETA-pm; José Luis Fernández González,

dels GRAPO; Luis Alonso Riveiro, del PCE-r; i Jesús Jimeno Pastor, exmembre de la COPEL, provinent d'Herrera de la Mancha, que és a l'hospital de la presó per malaltia. Aquests i altres de seguida em van brindar el seu ajut per al que calgués».

Quan arriba a l'aeroport del Prat, sense protecció personal, malgrat haver-la sol·licitat diverses vegades, declara: «No vull acabar sent un justicier emmascarat. Aquest tipus de periodisme exigeix un risc personal força gran. Hi has de donar un to personal i una dedicació que, si després no transcendeixen en una investigació i actuació oficials, serveixen de ben poc. He publicat trenta reportatges sobre l'extrema dreta i, que jo sàpiga, la policia no n'ha investigat cap. Jo, en canvi, tinc dotze processos pendents. No vull convertir-me en un kamikaze». Ç

# L'ÚNIC FORMAT POSSIBLE

El sector editorial ofereix noves sortides als reportatges amplis i treballats que surten a la llum en forma de llibre

TEXT JORDI BENAVENTE  
FOTO VICENTE PRUNA

**A poc a poc, el sector editorial aposta per relats periodístics treballats amb temps, paciència i una bona dosi de recursos literaris. Són reportatges en format llibre que tenen un públic fidel i que tan sols, en comptades excepcions, viuen un èxit comercial. De tots ells en destaca Kapuscinski, però també hi ha Mailer, Capote, Wolfe, Krakauer, Guerriero, Conover, Villoro, Orlean, Caparrós, Millás, Saviano, etc.**

No pots explicar un desnonament amb deu línies. Hi ha històries que demanen temps –setmanes, mesos– per ser investigades i redactades, a més de necessitar formats folgats on ser publicades i llegides amb tots els detalls. Per això el periodista Jesús Martínez, *La pobreza en Barcelona en los años del Big crap 2008 - 2014* (UOC, 2015), prefereix els reportatges llargs, “de largo aliento”. “És un plantejament vital –diu. Dedico un any a cada reportatge. I solen ser sempre històries relacionades amb la immigració: tinc simpatia per la gent que abandona casa seva per creuar un oceà o un desert. L'èpica del trajecte”, afirma.

Són històries cares i el sector editorial de casa nostra no és prou fort per produir-les. Jordi Juste, periodista i professor de la UOC,

dirigeix la col·lecció “Reportajes 360”, des d'on ha publicat Martínez. “Els autors mai no seran prou recompensats econòmicament. La recompensa és l'aposta en si que fem pel llibre, una bestreta modesta i un percentatge de les vendes”, explica.

“Econòmicament no val la pena”, diu Carles Porta, periodista, escriptor, guionista, productor i autor de *Tor, treize cases i tres morts* (La Campana, 2005; més de 50.000 exemplars venuts). Després d'haver descobert el cas fent de reporter per a TV3, va passar-se vuit anys investigant sobre el terreny per narrar –en primera persona, com un Capote o un Mailer català– aquesta història d'orgulls, odis i crims en un poblet pirinenc. Per escriure *Fago* (La Campana, 2012) va seguir un procés d'immersió similar. “No compensa la quantitat

d'hores recollint la informació, escrivint i reescrivint”. Per què fer-ho, doncs? “Perquè ho porto a la sang: m'apassiona escoltar, recollir una història i després relatar-la sense economitjar detalls, que qui ho llegeixi s'hi traslladi. I el format que més m'ho dóna és el llibre. I també per tot el que m'aporta com a persona”, admet.

## UN CATÀLEG QUE CREIX

A *El nuevo Nuevo Periodismo* (Universitat de Barcelona, 2015), el nord-americà Robert S. Boynton vaticina que en el futur el periodisme serà o molt curt o molt llarg. Per llarg entén articles en profunditat, vídeos, podcasts, llibres: formats extensos que requereixen temps i diners. I de què viurem mentrestant? Boynton tampoc no té cap fórmula nova: haurem de seguir to-





cant moltes tecles. “Ja m’agradaria que la meva feina fos només escriure reportatges, si bé ara mateix és impossible —reconeix Martínez—: treballo en una editorial, escribic aquí i allà, faig classes. Els reportatges els faig en el temps lliure: és el que dóna sentit a la meva vida”. En aquest sentit, a *Zona de obras* (Círculo de tiza, 2014), la periodista argentina Leila Guerriero cita l’ídem peruà Daniel Titinguer: “Tinc una feina que implica dotze hores al dia, i tot i això vull seguir explicant històries. Escriure una crònica et provoca estrès, no dorms, t’obsessiones, però és el que et fa feliç. I no escrius per diners ni per fama. Escrius per no estar trist”.

(Sobre per què alguns en diuen crònica i d’altres reportatge, com diu l’argentí Martín Sivak, citat també per Guerriero: “No tinc de la crònica una definició diferent de la d’una nota o d’un reportatge: explicar una història”. Afegiria que: fidel a la realitat i de la manera més efectiva i atractiva possible. Punt.)

Per una part, la curiositat, i de l’altra les ganes d’investigar-ho, són indispensables, i fer que flueixi, un imperatiu. El format extens ha de “captivar els consumidors”, escriu Boynton al seu llibre. “El luxe de detalls, la manera de situar les coses... i

## "REPORTAJES 360 GRADOS", DE LA UOC, JA HA PUBLICAT MÉS DE DOTZE TÍTOLS I LA "COL·LECCIÓ PERIODISTES", DE L'EDITORIAL SALDONAR, QUATRE

el ritme, perquè si no es llegeix bé, si no atrapa, allò no serà un llibre, serà una patata”, afegix Carles Porta.

Juste assegura que existeix la demanda, un públic que vol llegir reportatges amplis (“allò que ens ha passat a tots quan llegim un text en un dominical i se’ns fa curt”), i també l’oferta, reporters que busquen espai per explicar-se sense límit de caràcters. Per això la UOC va crear “Reportajes 360”, que ja ha publicat més de dotze títols d’investigació, denúncia, divulgació. Aviat incorporaran “realitat augmentada, com ara vídeos accessibles des del llibre,

## LA COL·LECCIÓ "CRÓNICAS" D'ANAGRAMA, AMB MÉS DE CENT TÍTOLS, TÉ UNS LECTORS FIDELS PERÒ MINORITARIS

per sumar continguts”. I per això l’editorial Saldonar, petita però amb caràcter, té la “Col·lecció Periodistes”, que compta ja amb quatre títols, periodisme d’investigació, com ara *El franquisme que no marxa*, de Lluç Salellas, o *Castor: la bombolla sísmica*, de Jordi Marsal.

## EL FENOMEN KAPUSCINSKI

Jorge Herralde va a la contra. El fundador d’Anagrama afirma que “la majoria de lectors ja en tenen prou amb els diaris i la televisió” per sadollar la fam de realitat,

i que prefereixen la ficció. Amb tot, resulta que ell és un lector empedreït de diaris, “des de petit”, i és aquest “interès potser financerament

malaltís” el que ha convertit la seva editorial en un filó del millor periodisme en format llibre (traduït al castellà).

Així, Anagrama publicà *El Nuevo Periodismo* (1977), de Tom Wolfe, i les obres de tota la colla: Thompson, Southern, Capote, etc. La col·lecció “Crónicas” arrencà,

el 1987, amb *Cabeza de turco*, de Günter Wallraff (que es va fer passar per immigrant per denunciar-ne les condicions de treball), i inclou

obres de Bryce Echenique, Barley, Herr, Martí Font, Espada, Lee Anderson, Villoro, Vidal, Biskind, Mailer, Caparrós, Saviano i un llarg etcètera, més de cent títols i una certesa: “les cròniques van lligades a una geografia i un període històric molt concret, això fa que fora del país en qüestió i del gremi periodístic requereixin per desxifrar-les una voluntat que molt pocs lectors tenen”. Públic lector fidel, però minoritari, doncs. Amb una “joiosa anomalia”, afegix Herralde: l’enviat especial de Déu.

“Que ara se’n parla com una obvietat”, adverteix, si bé van haver de passar quatre títols sense pena ni glòria abans que el cinquè arrasés i convertís el periodista polonès Ryszard Kapuscinski en una màquina de vendre llibres. *El Sha* (1987), *El Emperador* (1989), *La guerra del futbol* (1992) i *El Imperio* (1994). Bona premsa, bona crítica, idolatrat, però poques vendes. Fins que amb el llibre dedicat a l’Àfrica, *Ébano*

(2000), “va fer el gran salt (més de 100.000 exemplars venuts fins avui) i tothom quedà meravellat i van començar a buscar els anteriors”.

A la llibreria La Central (Barcelona), confirmen que *Ébano* és encara ara un dels deu títols més venuts de la secció de Periodisme. També hi destaquen *Zero-ZeroZero*, Roberto Saviano esbudellant el negoci mundial de la cocaïna; *Crónicas de la Mafía*, d'Íñigo Domínguez; *De París a Monastir*, del Gaziell corresponsal a la Gran Guerra; *Los hijos*, de Gay Talese; *Herr Pep*, de Martí Perarnau, i *Océano África*, de Xavier Aldekoa, amb qui tornem al continent africà.

El cas del paradigmàtic corresponsal polonès constata un fet: el periodisme en format llibre de més èxit (comercial) és el literari. Aquell en què la línia entre periodisme i literatura —periodisme i literatura, no realitat i ficció— es difumina

## KAPUSCINSKI ÉS L'EXCEPCIÓ. ÉS UNA MÀQUINA DE VENDRE LLIBRES DES QUE, EL 2000, ES VA PUBLICAR *ÉBANO*

(de fet, el periodisme, quan fa l'esforç de narrar i no només d'aixecar actes notariaus, és literatura), i el que queda és tan sols una història, real, ben explicada i amb més o

menys profusió de recursos narratius com ara diàlegs, escenes, punts de vista, tensió, ritme, clímax. *Ébano*, de Kapuscinski; *Honrarás a tu padre*, de Talese; *Tòr*, de Car-

## EL REPORTER POLONÈS MOSTRA COM L'ÈXIT COMERCIAL ARRIBA QUAN ES DIFUMINA LA LÍNIA ENTRE PERIODISME I LITERATURA

les Porta; *El Hambre*, de Martín Caparrós; *ZeroZeroZero*, de Saviano... Són molt més que cròniques, reportatges o assaigs. Investiguen i narren històries, realitats, amb vocació social, humanista, de denúncia, i voluntat d'estil. Com escriu Guerriero: “No crec en les cròniques interessades en el què, però desenteses del com (...) Perquè no crec en les cròniques que no tinguin fe en el que són: una forma d'art”.

### LA LLIBERTAT DEL REPORTATGE

Talese diu que no n'hi ha per tant. Al pròleg del seu darrer llibre, que recull els primers articles com a periodista esportiu, assegura que ell s'ha limitat sempre a escriure “el reportatge de tota la vida” (molta investigació, molt treball de camp) amb “tècniques narratives de la ficció”. Jorge Carrión, a *Mejor que ficción*, recorda que va ser Gabriel García Márquez qui, el 1955, donà a la crònica

periodística “l'ambició i l'estructura de la novel·la” amb *Relato de un naufrago*, i que, abans, Charles Dana i Joseph Pulitzer havien posat “les bases d'un periodisme

d'investigació amb consciència d'autoria i amb voluntat de seducció”. Aquí hem tingut a Pla, Candel, Huertas Claveria, Roig, Vázquez Montalbán, Vinader... Als

EUA, Mailer, Capote, Herr i sobretot Wolfe, que posà l'etiqueta de *Nou Periodisme* a tota una generació. Avui, aquí i allà, Krakauer, Guerriero, Conover,

Villoro, Orlean, Caparrós, Millás, Saviano, Canosa, Serés, Porta i molts altres continuen explorant possibilitats. Narrant.

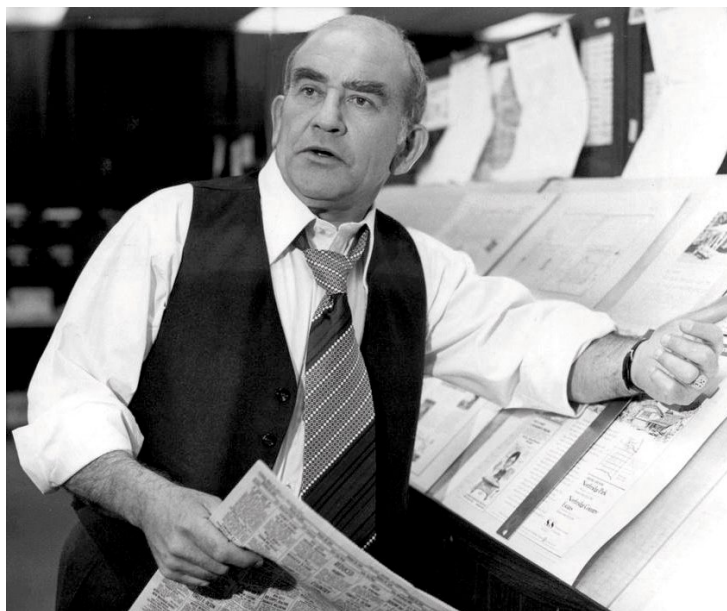
Carles Porta destaca que va ajudar-lo molt el *Des de la tenebra*, de Joan Manuel Oleaque, que reconstrueix el crim d'Alcàsser, i també l'obra sencera de Josep Maria Espinàs, que fa que tot “sembli tan fàcil, tan rítmic, tan melòdic”.

“El reportatge és un gènere sense pàtria. Arreu hi ha temes que requereixen ser explicats amb detall, amb testimonis i una aproximació profunda que combini angles i recursos”, afirma Carles Singla, degà de la Facultat de Comunicació de la UPF. I afegeix: “És el gènere periodístic que pretén acostar o transportar literalment el lector al lloc on passen les coses o posar-lo en el centre d'un tema determinat per ajudar-lo a comprendre'l. Una altra característica important del reportatge és la llibertat que l'autor té a l'hora de realitzar-lo”. Hi ha fins i tot qui fa periodisme dibuixant còmics: Joe Sacco a *Reportajes*, o Jorge Carrión i Sagar Fornies a *Barcelona. Los vaqabundos de la chatarra*. Les històries són, doncs, infinites, i el gènere —el bon periodisme que les narra—, inescotable. **Ç**

# DE LOU GRANT A THE NEWSROOM

La imatge dels periodistes a les sèries de televisió

TEXT TONI DE LA TORRE



Lou Grant (Ed Asner), redactor en cap de *Los Angeles Tribune*, sèrie de la CBS

**Les sèries de periodistes han estat inspiradores de moltes vocacions des dels temps de la recordada *Lou Grant*. Des d'aleshores, la imatge idíl·lica, fins i tot mitificada, de la professió persisteix en l'imaginari col·lectiu que genera la ficció televisada que, amb sèries recents com *The Newsroom*, continua representant el periodista com un heroi sovint passant per alt problemes de la professió com la precarietat laboral, la manca de recursos per fer periodisme d'investigació o la crisi de l'era digital.**

Qualsevol que hagi trepitjat alguna vegada una redacció sap que hi ha un món entre el periodisme real i el periodisme que reflecteixen les sèries de televisió. Malgrat això, les facultats continuen omplint-se d'estudiants parcialment seduïts per una idea de la professió que projecten aquestes ficcions. Cada generació de periodistes té una sèrie que va generar una expectativa del que seria la feina quan aquesta encara era només una vocació.

Quan *Lou Grant* es va emetre a La 2 de 1980 a 1982 (després tornaria a ser emesa per Antena 3) va donar una visió apassionada i compromesa del periodisme, preocupada per la vessant humana de les històries i per resoldre de manera justa els problemes ètics que sorgien de les notícies que proposava la ficció, i van ser molts els joves espectadors que van somiar formar part d'una redacció tan activa i lluitadora com la de *Los Angeles Tribune*. Molts, probablement, encara exerceixen la professió avui. Quan *The Newsroom* es va emetre a Canal+ del 2012 al 2014 va donar una visió idealista de la professió, en

## CADA GENERACIÓ DE PERIODISTES TÉ UNA SÈRIE QUE VA GENERAR UNA EXPECTATIVA DEL QUE SERIA LA FEINA QUAN ERA NOMÉS UNA VOCACIÓ

què el director i presentador Will McAvoy era capaç de fer front a les pressions del grup empresarial que feia possible el seu programa i als lobbies de la dreta nord-americana, i més d'un espectador deuria tenir el mateix pensament que la generació de trenta anys abans. Molts deuen estar ara acabant la carrera.

Quina diferència hi ha entre totes dues sèries? Cap. Totes dues pertanyen al gènere del *workplace program*, format clàssic de la narració seriada en què es desenvolupa un univers fictici al voltant d'una professió. Habitualment, una professió respectable, que genera admiració per part de l'audiència i el funcionament intern de la qual és desconegut per al gran públic.

El *workplace program* és una finestra a través de la qual podem veure com és aquesta feina, com funciona el dia a dia, quines són les dinàmiques de treball, i en aquesta observació, l'espectador n'acaba formant part a través dels mecanismes de la ficció,

## LUIS SANZ DE LA SÈRIE *PERIODISTAS* VA SER EL WILL MCAVOY DELS ESPANYOLS A FINAL DELS NORANTA

sent un més del grup de treballadors. Hi conviu en dosis setmanals, és particip de les seves angoixes professionals i personals, els coneix tan bé com si fossin realment

companys de redacció. M'atreveria a dir més: hi ha companys de redacció que no es coneixen tan bé com l'espectador coneix aquests pe-

riodistes ficticis. Tot plegat, crea la il·lusió de formar part d'aquest univers. Aquesta idea, la de ser-hi inclòs, és el que fa que siguin contextos dels quals l'espectador vulgui formar part. Per tant, que siguin desitjables o aspiracionals. De la mateixa manera que els personatges d'una *sitcom* són més divertits que els nostres amics de la vida real, els companys de feina i les professions seriades també són millors que les que tenim.

## ARCÀDIA TELEVISIVA

En aquesta construcció del que podríem anomenar una *arcàdia televisiva*, es trien professions que converteixen l'espectador en un heroi des de la tranquil·litat del sofà.

No és gens estrany que els protagonistes tradicionals dels *workplace programs* siguin metges, policies i advocats. Tres professions que, com el cowboy del western, el gènere fundacional per excel·lència, són heroïques perquè vetllen per la nostra

seguretat (els primers ens defensen de les malalties, els segons dels criminals i els tercers de la injustícia). Així, doncs, quin és el paper del peri-

odista com a heroi en aquest context? El de la defensa de la veritat, tasca honorable a la qual dediquen grans esforços mentre, en paral·lel, ens mostren la seva vida privada per demostrar que, malgrat ser herois d'una voluntat implacable, també són humans i tenen problemes semblants als nostres, amb vides emocionals amb alts i baixos, conflictes familiars i altres dificultats ben quotidianes i intrascendents amb les quals ens podem identificar.

Tant *Lou Grant* com *The Newsroom* coincideixen a tenir com a centre una figura masculina que esdevé la guia ètica i ideològica de l'espectador i el pare simbòlic de la redacció en aquesta gran família que construeix qualsevol arcàdia, en què les dinàmiques relacionals són idèntiques a les de la sèrie familiar. En *Lou Grant* donava consell sovint als periodistes més joves, esdevenint el mentor en els primers passos dels inexperts en la professió. El seu caràcter afable té poc a veure amb l'incisiu Will McAvoy, que malgrat menysprear les noves generacions, acaba ajudant-los igualment a ser bons periodistes. Així, *The Newsroom* arrenca amb una universitària fent una pregunta que el personatge troba

ridícula: “Per què Estats Units és el millor país del món?”, diu ella en un debat a la televisió. Inicialment, ell defuig respondre, però la sèrie planteja de manera molt eficaç que aquesta seria la sortida fàcil i que el periodisme té el compromís amb la societat, per poder fer-la millor, de dir sempre la veritat. I per això respon:

“Per si algun dia et topes accidentalment amb una cabina de votació, hi ha algunes coses que hauries de saber, i una d'aquestes és que no hi ha cap prova que recolzi l'afirmació que som el millor país

## NO ES MOSTRA LA CARA FOSCA DE LA PROFESSIÓ COM AMB ELS METGES (*THE KNICK*), POLICIES (*THE SHIELD*) I ADVOCATS (*THE GOOD WIFE*)

del món. Som els setens en alfabetització, dissetens en matemàtiques, dotzens en ciència, el 49 en esperança de vida, el 178 en mortalitat infantil, tercers en ingressos familiars mitjans, quarts en mà d'obra, i quarts en exportacions. Només liderem el món en tres categories: nombre de ciutadans a la presó per càpita; nombre d'adults que creuen que els àngels existeixen, i despeses en defensa, on gastem més

que els següents 26 països junts, 25 dels quals són aliats nostres. Ara, res d'això és culpa d'una universitària de vint anys. No obstant això, tu, sens dubte, pertanys a la pitjor generació de la història”.

Encara que la resposta hagi estat contundent, el personatge no és tan malcarat com pugui semblar, i al final de la primera temporada, en Will McAvoy contractarà aquesta universitària com a becària. L'acull sota la seva protecció i li dóna una oportunitat malgrat haver deixat clar que no la mereix. Hi ha un doble motiu per a aquesta decisió.

El primer és que la visió del periodista que ofereix *The Newsroom* és profundament idealista i,

per tant, el personatge creu que un món millor és possible, i fins i tot l'estudiant inútil pot esdevenir una bona periodista. Sempre a través de la seva acció, evidentment. El segon és que l'espectador, en aquest joc d'identificació que proposa la sèrie, voldria ser en Will McAvoy, però sap que en el fons és més a prop de ser l'estudiant. D'aquesta manera, el personatge decideix esdevenir el mentor de l'audièn-

cia i guiar-la cap al bon camí. Al mateix temps, confiar en l'estudiant aparta el personatge del cinisme en què havia caigut quan comença la sèrie i que, en aquesta lògica, és l'equivalent del mal periodista. Així, la relació desequilibrada entre personatge i espectador crea per a aquest darrer una situació de vulnerabilitat barrejada amb admiració. Will McAvoy esdevé una figura aspiracional, de manera que *The Newsroom* i altres sèries similars (recordem l'espanyola *Periodistas*, en què Luis Sanz va ser el nostre Will McAvoy particular a final dels noranta) esdevenen ficcions que desperten vocacions periodístiques.

## PERSONATGES ÍNTEGRES

Aquest tipus de retòrica és un segell d'autor de les sèries d'Aaron Sorkin, conegut sobretot per *El ala oeste de la Casa Blanca* (també amb una figura paternal al seu centre, el president dels Estats Units, i també dins del model dels *workplace programs*), que ja havia creat dues sèries periodístiques abans de *The Newsroom* que van acabar cancel·lades: *Studio 60 on the Sunset Strip* i *Sports Night*.

En totes dues, el periodista és representat a través d'un ideal, col·locant a l'altre extrem el periodisme cínic o pernicios que és representat per la teleporqueria i els programes de tafaneries, dos blancs habituals dels seus personatges. La mateixa polaritat s'estableix a la sèrie britànica *The Hour*, tot i que amb adjectius diferents, enfrontant el periodista valent que vol descobrir la veritat, Freddie Lyon, i el covard que no vol posar en perill la seva posició, Hector Madden. *The Hour* és una sèrie molt ben documentada a nivell

Katrine Fønsmark (Birgitte Hjort Sørensen) és una periodista del canal TV1 a la sèrie danesa *Borgen*.





Alguns dels periodistes de *The Newsroom*, la sèrie ideada per Aaron Sorkin.

històric, com també ho són les sèries d'Aaron Sorkin, que va passar moltes hores a les redaccions de diversos programes per fer aquestes ficcions.

Malgrat tot, els resultats no es podrien definir com a realistes. Són ficcions mitificadores, com ho són la majoria de sèries que pertanyen al gènere. El que és intrigant és que les sèries contemporànies han viscut en els últims anys un capgirament moral i, avui dia, és més habitual la figura de l'antiheroi que la de l'heroi, de manera que si examinem altres professions dels *workplace programs* descobrirem que hi ha sèries en què se n'ha mostrat una cara més fosca i ambigua, amb personatges que posen l'interès propi per sobre del codi deontològic. Els metges tenen *The Knick*, els policies tenen *The Shield* i els advocats tenen *The Good Wife*.

On és l'equivalent en periodisme? No el trobem. Si bé hi ha algun cas excepcional, es tracta sempre de personatges de sèries d'altres gèneres, com ara l'ambiciosa Zoe Barnes de *House of Cards* (o el seu equivalent britànic, Mattie Storin), dis-

posada a tot per aconseguir informacions que l'ajudin a avançar professionalment.

## COMPARATS AMB ELS PERIODISTES ÍNTEGRES, LA MANCA D'ÈTICA I AMBICIÓ SENSE LÍMIT SÓN UNA MINORIA EN LA FICCIÓ

Encara més interessants són els periodistes de *The Wire*, que David Simon va basar en alguns dels seus excompansys al diari *Baltimore Sun*. Un d'ells, Scott Templeton, arriba a falsejar notícies.

### I ELS PROBLEMES REALS?

Amb tot, la manca d'ètica i ambició sense límit són una minoria en el món de la ficció televisiva, si ho comparem amb el nombre de personatges periodistes retratats com a professionals íntegres, que a les sèries d'acció ajuden el protagonista a atrapar el malvat de torn destapant la veritat i arriscant la pròpia pell (en sèries com *Alias* o *Daredevil*), en thrillers polítics en què fan sortir a la llum un gran escàndol (en un clàssic com *State of Play*) o fins i tot

en ficcions geopolítiques com *Homeland*, en què fan la funció d'activistes, associant-se amb *hackers* per destapar els secrets dels governs i que asseguruen estar disposats a tot, fins i tot a perdre la llibertat, per dir la veritat (una modalitat del periodista de ficció a l'alça des que va esclatar el cas WikiLeaks).

El retrat equilibrat de la professió costa de trobar a la pantalla del televisor, així com molts dels problemes reals que preocupen el gremi. Una de les poques ficcions que se n'ha ocupat és la sèrie danesa *Borgen*, en què al personatge de la Katrine Fonsmark li costa mantenir la integritat en un diari que té una agenda política marcada, no pot dedicar temps a fer el periodisme d'investigació que veiem en altres ficcions, té pressions per fer titulars simplistes que apel·len al mínim comú denominador, la veiem fent hores extres a la redacció, quan tothom ja ha marxat, i després a casa, i finalment acaba treballant en un gabinet de comunicació (una de les sortides professionals més habituals dels llicenciats de

Periodisme atesa la dificultat per trobar feina en una redacció tradicional).

Però mentre tot això passa en una sèrie mi-

noritària que veuen només uns pocs, en la majoria de ficcions televisives el periodista continua sent representat com un heroi audaç, íntegre, intel·ligent i compromès que converteix les redaccions dels diaris en àmbits laborals idíl·lics dels quals tothom voldria formar part. La conclusió és clara: la realitat diària de la majoria de periodistes no és material apte per fer una bona sèrie de televisió, senzillament perquè cap espectador aspiraria a ocupar-ne el lloc. Ç

# LA REVISTA OBLIDADA

*Camp de l'Arpa*, la història erràtica  
d'una publicació amb plomes insignes

TEXT XAVIER MARTÍ





És el nom d'una estació de metro i, compartit amb el de Caterina Albert, d'una biblioteca. També, el d'una escola bressol o el d'un club de bitlles. I el d'una associació de veïns. I és que *Camp de l'Arpa* és el nom d'un barri de Barcelona, en el districte de Sant Martí. Aquest fou l'argument que va esgrimir Joan Ramon Masoliver, el de ser un barri, quan el va proposar com a capçalera de la revista que estava a punt de sortir. Va ser el nom "de consens" després de diverses reunions nocturnes (i noctàmbules) del grup promotor sense que els membres es possessin d'acord.

La revista *Camp de l'Arpa* la va començar a editar a Barcelona José Batlló, el maig de 1972. Va ser una de les revistes culturals més importants de la Transició. Fins 1977, la va dirigir Masoliver i, a partir d'aleshores i fins a la desaparició, el desembre de 1982, va figurar com a director, tot i que sense exercir-ne en la pràctica, Manuel Vázquez Montalbán. Malgrat ser una peça cabdal per a conèixer tant el periodisme cultural com els moviments literaris i culturals des de principi dels setanta fins a la incipient democràcia dels vuitanta, *Camp de l'Arpa* ha romàs gairebé oblidada.

## VENTS EUROPEUS

José Batlló, l'editor de la publicació, havia nascut a Sevilla. El seu pare era un jardiner català que havia combatut al costat de la República i que es va haver de quedar a la capital andalusa. Allà, el fill, va coincidir amb un grup de teatre independent amb

**El primer número de *Camp de l'Arpa* va sortir, el 1972, de la mà de l'editor Jose Batlló. La capçalera comptava amb plomes com Jaime Gil de Biedma, Paco Candel o Manuel Vázquez Montalbán, que durant un temps fins i tot hi va figurar com a director. Als constants canvis en la periodicitat, el disseny i els col·laboradors s'hi sumaren els problemes econòmics que van fer que, després de deu anys d'existència i un centenar de números, el 1982 sortís el darrer exemplar al carrer per acabar, amb el temps, caient en l'oblit.**

leres (i continguts) prou explícits com, per exemple, *La Trinchera*, *Frente de Poesia Libre* o *Si la píldora bien supiera no la doraran por defuera*.

Des del seu inici, *Camp de l'Arpa* va voler reflectir, bimestralment, la cultura no oficial, la producció i la informació de cercles universitaris, els vents que bufaven per Europa i els aires de renovació portats pel marxisme. Com qualsevol altra publicació que a la dècada dels seixanta al nostre país ampliés els horitzons que marcava la *intelligentzia* del règim, no tindria una vida plàcida. I això que n'era director Joan Ramon Masoliver.

Aquest periodista i crític havia nascut a Saragossa el 1910 i quatre anys després la seva família s'establí a Barcelona. A aquesta ciutat hi va entrar, el gener de 1939, amb els rebels (i amb el seu amic Dionisio Ridruejo) raó per la qual va ser delegat de Prensa y Propaganda.

Al quarter general de Burgos, havia format part del nucli inicial de *Destino*. Prèviament, però, el 1929, havia fundat la revista *Hèlix*, introductora del surrealisme a Catalunya. El seu cosí, Luís Buñuel, i la seva amistat amb Dalí el portaren a París on va conèixer els integrants d'aquell moviment, a més de James Joyce i Ezra Pound, de qui va ser secretari.

## EN DEU ANYS, VAN SORTIR 106 NÚMEROS I ES VA CONVERTIR EN UNA DE LES REVISTES CULTURALS MÉS IMPORTANTS DE LA TRANSICIÓN

Alfonso Guerra, amb qui l'uniria una gran amistat. En tornar a la Barcelona familiar, el 1963, ben aviat es va dedicar a una activitat altament "subversiva": l'edició. Ell va crear la famosa col·lecció de poesia "El Bardo" i diverses revistes amb capça-

En plena postguerra, es distancià del règim i no només intel·lectualment. Establert a la Itàlia de Mussolini, de qui també va abjurar, durant la II Guerra Mundial, va viatjar a les zones de conflicte i a l'Orient Mitjà des d'on enviaria cròniques a *La Vanguardia Española*, que seria el diari de la seva vida. Retornat definitivament, hi va reprendre l'activitat com a crític literari i d'art.

I ell va ser qui va donar nom a la revista i, també, qui en va ser el primer director. "Era una persona molt culta. Coneixia diversos idiomes. Era un home intel·ligent i molt respectuós. Cada deu o

quinze dies es trobàvem a casa seva i, tot i que la revista, de fet, la portava en Batlló, ell buscava gent perquè hi col·laborés,

## LA VAN DIRIGIR JOAN RAMON MASOLIVER I MANUEL VÁZQUEZ MONTALBÁN, TOT I QUE AQUEST ÚLTIM EN REALITAT NO EXERCIA COM A TAL

aconsellava, proposava temes, aportava documentació. Va ser una persona molt important”. Qui ho explica és Amelia Romero, aleshores secretària de redacció i esposa de José Batlló, actualment editora de Los libros de la frontera, editorial fundada per la parella i que, en separar-se, ha continuat ella, igual que la col·lecció “El Bardo”.

## PROBLEMES ECONÒMICS

La revista no va tenir una vida gens tranquil·la. Segons Romero, el retard en la sortida del primer número, provocat per la mort de Gabriel Ferrater, a qui es dedica una columna d'urgència a la plana 3, en va ser una premonició: “Per tirar endavant ens vam envoltar de gent afí però, a més a més que no sortien els números, tot i que no es pagava als col·laboradors, no en trobàvem”, afirma Romero.

En aquell primer número, de maig de 1972, hi havia tota una declaració d'intencions amb la publicació d'una taula rodona sobre “La literatura social” amb José Agustín Goytisolo, Paco Candel, Josep M. Castellet i Rodríguez Méndez i tres poemes de Jaime Gil de Biedma. Tot i que la capçalera havia tingut un dissenyador, Jas Hayden, era de maquetació senzilla i austera. Justament aquesta, la del disseny de les pàgines, era una qüestió tan voluble que era difícil que apareguessin diversos números seguits amb la mateixa plantilla. Sortia amb trenta-dues pàgines i quatre de “cartoné”.

A títol d'editorial, Masoliver va signar la declaració d'intencions de l'equip fundador: “Se supone que éste sea el lugar

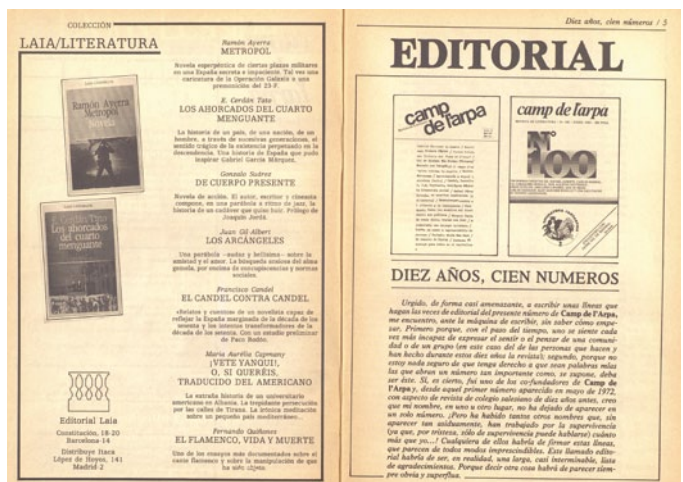
en que una nueva revista literaria alce al viento la divisa con que se apresta a correr sus azarosas singladuras. Mas sucede que los responsables de la presente navegación no parecen estar abandonados. Y a lo más coinciden sólo en no ajustar a esquema preestablecido alguno su entendimiento de la cosa literaria. Como en el hecho de abordar ésta desde una posición que, libre de dogmas y prejuicios, pugna por substraerse a los condicionamientos de tal o cual escuela en boga. Pues vivir a dictados de la moda, literaria o no, se les antoja cabalmente lo contrario a vivir libre y plenamente la acuciente y compleja realidad”.

## DISTRIBUCIÓ A LLIBRERIES

Al número 7 (agost-setembre de 1973) apareix el primer canvi total de maquetació i de titulars amb una sensible ampliació del “cos” de redacció i de les col·laboracions. A més dels noms inicials, entre altres, hi figuren Carme Arnau, Juan Egea, Francisco Fernández Buey, Doménec Font, José Carlos Mainer, Víctor Mora, Frederic Pagés, José M. Sala, Francesc Serrahima, Manuel Vázquez Montalbán o Darío Villanueva. I a la fitxa figuraven com a autors del disseny gràfic Hans Bábler i Claret Serrahima. A l'interior de la contraportada, apareixien el llistat de llibreries de l'Estat on es podia adquirir, sent-ne Catalunya la principal àrea de difusió. El novembre de l'any següent, es redueix de nou la redacció i es convoquen sengles premis de poesia i de contes. Cada mes es publicaria una obra, que seria considerada com a finalista.

Com s'ha dit, la periodicitat no es mantenia i també variava tant la maquetació i el nombre de pàgines com els integrants de la redacció o la nòmina de col·laboradors. El número 14 (novembre de 1974) apareix amb un canvi profund derivat de la manca de col·laboradors. En aquest sentit, Amelia Romero explica que

Editorial del número 100 de la publicació. Sis números després, ja no sortiria al carrer



“fent que les pàgines ‘respiressin’ més, es necessitava menys text”. És en aquell moment que s’incorporen Josep Albanell, Rossend Arqués, Manuel Forasté, Ignasi Riera, Jorge Herralde i Beatriz de Moura, que s’hi mantindrien dos anys, excepte els dos darrers que continuarien.

### PROJECTE PERSONALISTA

La manca de publicitat i l’escassa venda al quiosc van obligar, a final de 1977, a una refundació del projecte. “Comptàvem amb un mecenes, l’industrial olotí Lluís Simon, però al final també se’n va cansar”, afirma Amelia Romero. La continuada crisi s’anava reflectint a la revista. “Nuestros fieles, si pocos, lectores, sabrán disculpar el retraso con que aparece este número doble de la revista... Si hasta ahora nos había sido más fácil continuar la revista que cerrarla, la actual situación nos presenta la alternativa contraria”, es podia llegir en el número 23-24 de 1975.

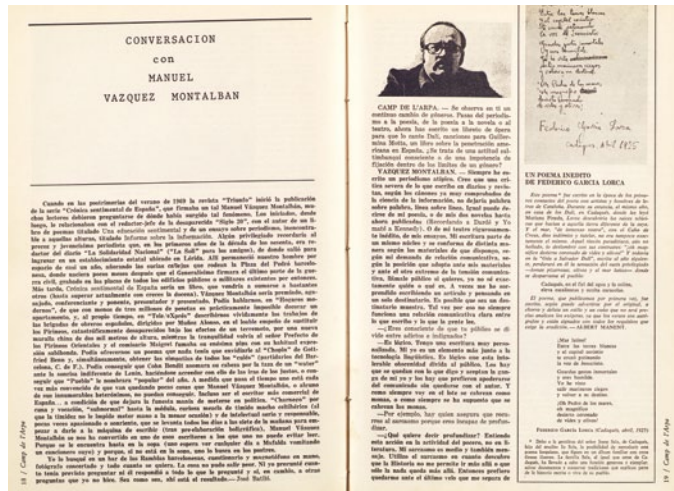
José Batlló va passar les accions a l’impresor Lluís Porcel a canvi que aquest es fes càrrec dels deutes. A aquest fet s’hi afegia que les editorials integrades a la distribuïdora Enlace (Anagrama, Barral, Edicions 62, Laia, Tusquets i la madrilenya Cuadernos para el Diálogo) es comprometien a aportar publicitat. En aquesta època, la maquetació era més “periodística”, més àgil i clara, amb disseny de Daniel Oromí.

### HI ESCRIVIEN PLOMES COM JOSÉ AGUSTÍN GOYTISOLO, PACO CANDEL, JOSEP MARIA CASTELLET, JAIME GIL DE BIEDMA O VÍCTOR MORA

Hi figurava com a director Manuel Vázquez Montalbán. La seva vídua, la historiadora Anna Sallés, comenta que “no tinc consciència que ell la dirigís realment. Em sembla recordar que només alguna vegada anava a alguna reunió”.

Jorge Herralde també explica que “en un moment d’ofec van demanar al grup d’Enlace que donéssim suport a la revista.

Vázquez Montalbán va aparèixer una època com a director tot i que, en realitat, tan sols anava a algunes reunions



I això equivalia, en aquells temps, a inserir-hi publicitat”. Sobre el fet que la flor i la nata de l’edició figurés a la publicació, Heralde admet que tan sols anaven a algunes reunions informals. “Crec que vaig anar a tres o quatre. Només suggeríem temes o feïem propostes. Amb tot, la revista la portava en Batlló, que era molt personalista”, recorda.

### MONOGRÀFICS HETERODOXOS

És en aquesta època que es vinculen a *Camp de l’Arpa* signatures com Félix de Azúa, José Maria Carandell, Josep M. Castellet, Victor Claudin, Marcelo Cohen, Rafael Conte, Joaquim Dols, Luis Izquierdo, José Luis Jiménez Frontín, César Antonio Molina, Ana M. Moix, Francesc Parcerisas, Marta Pessarrodona, Robert Saladrigas, Jaime Salinas, Luis Suñén o Amparo Tuñón, entre altres. Tanmateix, i malgrat les incorporacions, les dificultats econòmiques van vèncer el voluntarisme, com tantes vegades, i el desembre de 1982, amb el número 106, baixava definitivament la persiana.

Un dels aspectes que destacava de la revista eren els monogràfics, que es dedicaven a personatges, intel·lectuals, moviments, tant contemporanis com històrics. Això sí, fet des d’una perspectiva crítica i heterodoxa. I la publicació de material inèdit que provenia d’autors catalans, espanyols o estrangers (Valente, Gimferrer, Foix, Garcia Lorca, Tomeo, Goytisolo, Auden, Shelley, Martí i Pol...). Un impactant monogràfic va ser el contingut del número 62 (1980) sobre el “Nou Periodisme”. El darrer número es va dedicar a Thomas Mann. Finalment, però, *Camp de l’Arpa* va sucumbir, com tantes altres publicacions, al jou econòmic quan tot just es començava a respirar certa llibertat. Ç



# SOBIRANIA TECNOLÒGICA

En un context de monopoli informatiu i de problemes de comunicació, municipis rurals i indígenes d'Oaxaca posen en funcionament una xarxa de telefonia mòbil comunitària

TEXT **GRISSELDA CASADELLÀ** I **ISMA MONFORT**  
FOTOS **ISMA MONFORT**



**En un context de concentració mediàtica i de manca d'interès dels grans teleoperadors, a Oaxaca, al sud-est de Mèxic, ha sorgit una iniciativa original com ha estat una xarxa de telefonia mòbil comunitària basada en les ràdios comunitàries que fa temps van sorgir per acostar els pobles indígenes. La xarxa, actualment, proveeix tecnologia GSM a dinou comunitats que té entre 2.500 i 3.000 usuaris mensuals. El proper objectiu és de poder proporcionar connectivitat 4G.**

El poble de Santos Reyes Tepejillo, a l'estat d'Oaxaca del sud-est de Mèxic, és el dissetè membre de la xarxa de telefonia mòbil comunitària que s'està desplegant en aquesta zona des de fa aproximadament dos anys. A diferència de la majoria de comunitats rurals, a Tepejillo ja hi havia cobertura provinent d'una gran antena, llunyana, de la principal operadora del país, però a causa d'un conflicte territorial aliè a la comunitat, el senyal es va apagar i a Tepejillo –ara desconnectat– van decidir fer una aposta per la sobirania tecnològica: aquest cop ells serien els propietaris i gestors dels equipaments que, avui en dia, els permet tornar a tenir senyal de telefonia mòbil.

La instal·lació va costar uns 140.000 pesos (8.750€), import que inclou els equips necessaris i la feina de Rhizomatica –l'organització que s'encarrega de la instal·lació

## AMB ELS DINERS DE LES TARIFES, ES COBREIX LA QUOTA D'INTERNET QUE CONNECTA LA XARXA TELEFÒNICA I EL POBLE AMB LA RESTA DEL MÓN

i el manteniment de la xarxa. El municipi té previst recuperar la inversió en pocs anys a través de la mensualitat dels usuaris, una tarifa que sol oscil·lar entre els 20 i els 40 pesos, segons decideix cada poble. Les trucades i missatges de text dins de la pròpia xarxa no costen ni un peso més, i les trucades no incloses (les de fora de l'abast de la

pròpia xarxa) es paguen a part i varien per a cada usuari en funció del que consumeix. Amb els imports recollits es cobreix també la quota d'Internet del municipi, que permet connectar la xarxa telefònica –i el poble– amb la resta del món.

## CONCENTRACIÓ MEDIÀTICA

Oaxaca, terra de setze pobles indígenes diferents, és rica en recursos naturals i en patrimoni cultural, encara que també és un dels estats més pobres de Mèxic. L'any 2006, va viure una revolta popular que va donar la volta al món. El que va començar com una

vaga de mestres, va acabar com una protesta social durant set mesos als carrers de la capital, amb un tràgic balanç de disset morts a causa de la repressió del govern.

Un dels detonants d'aquesta revolta va ser el desallotjament de Radio Planton, l'emissora de ràdio que els mestres havien

instal·lat per tal de fer arribar les seves reivindicacions a la ciutadania. Els greuges històrics –com la falta d'aigua, la contaminació dels recursos naturals, la falta de sobirania en l'alimentació, la marginació, l'exclusió, la pobresa, o el racisme– patits per la població, en bona part indígena, d'Oaxaca van desembocar simbòlicament en la “presa” de Radio Universidad el mateix dia que va tenir lloc el desallotjament de Radio Planton. Aquest va ser l'inici de l'ocupació de més emissores de ràdio i, fins i tot, de canals de televisió. Trencar el monopoli informatiu exercit pels grans grups mediàtics es va convertir en una de les principals lluites dutes a terme pels manifestants.



A les pàgines anteriors, la població de Santos Reyes Tepejillo. En aquesta zona, disposen de senyal gràcies a la xarxa de telefonia mòbil.

A Mèxic, el panorama de la concentració mediàtica és greu. Televisa i TV Azteca ja tenien el control d'un 90% de les freqüències de la televisió analògica. Des del 2004, també tenen un 80% dels anomenats "canals mirall", que l'Estat mexicà els va atorgar per a la transició cap a la televisió digital (l'apagada analògica està prevista per a final d'aquest any 2015) i Televisa té, a més, un 66% dels subscriptors de canals de televisió per cable. Els mitjans públics són marginals i pel que fa a les ràdios la situació és similar, ja que dels nou grups

que dominen l'espectre radioelèctric tots, a excepció d'un, estan alineats amb les dues grans empreses de televisió. La uniformització i l'homogeneïtzació dels continguts és una realitat, sobretot en els informatius.

### RÀDIOS INCÒMODES

Internet i les xarxes socials podrien ser un contrapès, una opinió pública al marge dels canals majoritaris, però ara per ara no és així. Segons l'Institut Nacional

de Estadística y Geografía, l'any 2014, tan sols un 34,4% de llars de Mèxic tenia connexió a Internet (uns 10,8 milions de llars), mentre que la mitjana de llars amb Internet als països de l'OCDE –de la qual Mèxic en forma part– és d'un 75,8% segons dades de 2012. Dins mateix de la República, també hi ha notables diferències, ja que si al Districte Federal cinc de cada deu llars tenen una connexió a Internet, a Oaxaca o a Chiapas no arriben a dos de cada deu. Per contra, un 94,9% de llars del país tenen un aparell de televisió.

## TRENCAR EL MONOPOLI INFORMATIU DELS GRANS GRUPS MEDIÀTICS VA SER UNA DE LES LLUITES DE LA REVOLTA DEL 2006 A LA ZONA

En aquest context comunicacional, i degut a la gran concentració mediàtica, existeixen pocs mitjans autònoms i independents, fet que limita enormement la pluralitat informativa si no fos per una excepció: les ràdios comunitàries, un fenomen molt estès a tot Amèrica Llatina i també al territori d'Oaxaca. Segons la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de Mèxic, "la ràdio promou que els pobles i les comunitats indígenes siguin subjectes de dret i del seu propi desenvolupament integral, a través d'accions que permetin el ple accés als mitjans de comunicació. Propicia l'acostament entre els pobles indígenes i entre aquests i la societat en general".

Les comunitats indígenes tenen, així, accés a informació en les seves pròpies llengües i de manera oral, quelcom rellevant degut a uns índex d'analfabetisme encara significatius en zones molt rurals. Es desconeix el nombre de ràdios comunitàries de Mèxic, ja que la gran majoria operen sense llicència (tan sols una vintena tenen permís oficial per emetre). Amb aquest context, i per causa del fet que aquestes emissores difonen informacions sobre la situació crítica i precària que viu la població més vulnerable, el govern federal sol reprimir-les, tancant-les o decomissant-ne els equips i detenint-ne els membres.

### TELEOPERADORS ABSENTS

En aquest context, Peter Bloom, enginyer nord-americà resident a Oaxaca i fundador de l'organització Rhizomatica, va idear el projecte d'una xarxa de telefonia mòbil comunitària, inspirada en gran mesura per les ràdios comunitàries. La necessitat de proveir les zones rurals i muntanyoses d'Oaxaca de cobertura telefònica, és un fet llargament reclamat per aquestes comunitats al no haver aconseguit atraure

### PREMI SOLIDARI

Les ràdios comunitàries han estat la font d'inspiració de la xarxa de telefonia mòbil comunitària a Oaxaca. Aquests mitjans alternatius, molt estesos a Mèxic, tenen un paper clau en altres regions llatinoamericanes. Conscients d'això, el 2010, el premi Periodisme Solidari –convocat per la Comissió de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes– va ser per a tres ràdios comunitàries garífonas d'Hondures. Amb els diners del guardó, van millorar en la formació i la capacitació, a més d'enfortir tècnicament totes les ràdios de la Xarxa Mesoamericana d'aquest país de Centreamèrica.

cap a elles les grans operadores que no hi veuen oportunitat de negoci: són poblacions disseminades, aïllades i, a més, pobres. Segons dades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de Mèxic, 50.000 comunitats –uns nou milions de persones– no disposen de servei de telefonia mòbil.

Segons Bloom, "el telèfon mòbil és la tecnologia de comunicació més present al món, molt més que l'ordinador. El que falta a molts llocs és accés a la connectivitat, ja sigui perquè no hi ha cobertura o perquè és massa car fer una trucada". A Mèxic, als anys noranta, es van privatitzar els serveis de comunicacions. En principi, els teleoperadors han d'oferir "cobertura social" a tot el territori, si bé no estan legalment obligats a fer-ho en casos de nuclis de població de menys de 5.000 habitants, com és el cas de la majoria de pobles d'Oaxaca. "A les grans teleoperadores instal·lar una xarxa de telefonia mòbil els costa entre 100.000 i un milió de dòlars. I això és només la instal·lació de l'equip i la connexió amb la resta de la xarxa. I si no els convé en termes econòmics, i l'Estat no

els obliga, operen sota aquesta lògica: no veuen la comunicació com un dret, sinó com un negoci”, explica aquest enginyer.

## INTERÈS CIUTADÀ

La solució que proposa Rhizomatica és viable en bona part gràcies a una revolució tecnològica des del món del software –i fins i tot del hardware– lliure i obert, que permet operar una xarxa de telefonia mòbil per a milers de persones a uns costos molt més baixos que els de Telcel o Movistar. També posen l'accent en el sistema de gestió que, seguint el model

de les ràdios, reforça les organitzacions comunitàries ja existents en aquest tipus de poblacions, governades per assemblees,

## AQUESTA XARXA DE TELEFONIA MÒBIL S'INSPIRA EN LES RÀDIOS COMUNITÀRIES, QUE PROPICIEN L'ACOSTAMENT ENTRE POBLES INDÍGENES

amb càrrecs rotatoris, de béns comuns i amb tasques col·lectives.

Rhizomatica ha treballat sempre amb les institucions buscant el marc més legal

possible, coneixent des d'un principi que tant la Constitució com la llei de comunicacions mexicana emparaven el

seu projecte. En un primer moment, a partir d'una concessió experimental, el 2014, vàlida per dos anys i per operar a cinc estats (un d'ells,

Oaxaca). Però la darrera reforma de la llei de telecomunicacions de 2015 duta a terme per l'IFETEL (organisme regulador de Mèxic) ha presentat un aspecte innovador, com ha estat la concessió de llicències



L'enginyer nord-americà Peter Bloom, fundador de l'organització Rhizomatica, explica als ciutadans de Santos Reyes Tepejillo el funcionament de la xarxa.





A la pobresa o a la contaminació dels recursos naturals d'aquesta zona indígena de Mèxic se li sumaven, fins fa poc, problemes en les comunicacions.

de telefonia mòbil “d’ús social”, que permeten operar per molt més temps i a la majoria d’estats. Rhizomatica ha tingut

## EL PROJECTE, IMPULSAT PER UN ENGINYER NORD-AMERICÀ RESIDENT A LA ZONA, ÉS RADICALMENT DIFERENT AL DE ZUCKERBERG AMB FREEBASICS

un paper clau en aquest procés, proporcionant al regulador un model d’èxit en el qual basar-se.

Un model radicalment diferent al que proposa Mark Zuckerberg i el seu FreeBasics (projecte anteriorment anomenat

*Internet.org*), amb el qual va anunciar la intenció d’operar a Mèxic a partir d’aquest any, i que té com a objectiu entrar en un mercat mundial de 2.000 milions de persones sense accés a Internet. Per fer-ho busca convenis amb els governs per muntar xarxes a petita

escala de telefonia mòbil 4G que donin accés únicament a determinats continguts, vulnerant, així, la neutralitat de la xarxa i en clara contraposició al que plantegen els projectes de xarxes comunitàries. A Santos Reyes Tepejillo, les cues per donar-se d’alta a la recent instal·lada xarxa mòbil, un cop acabada la reunió informativa, van ser la millor demostració del gran interès per estar connectats a la resta del món. I és que el futur de les comunicacions i d’Internet, quelcom que Facebook coneix a la perfecció, passa pels telèfons mòbils. **C**

# 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)

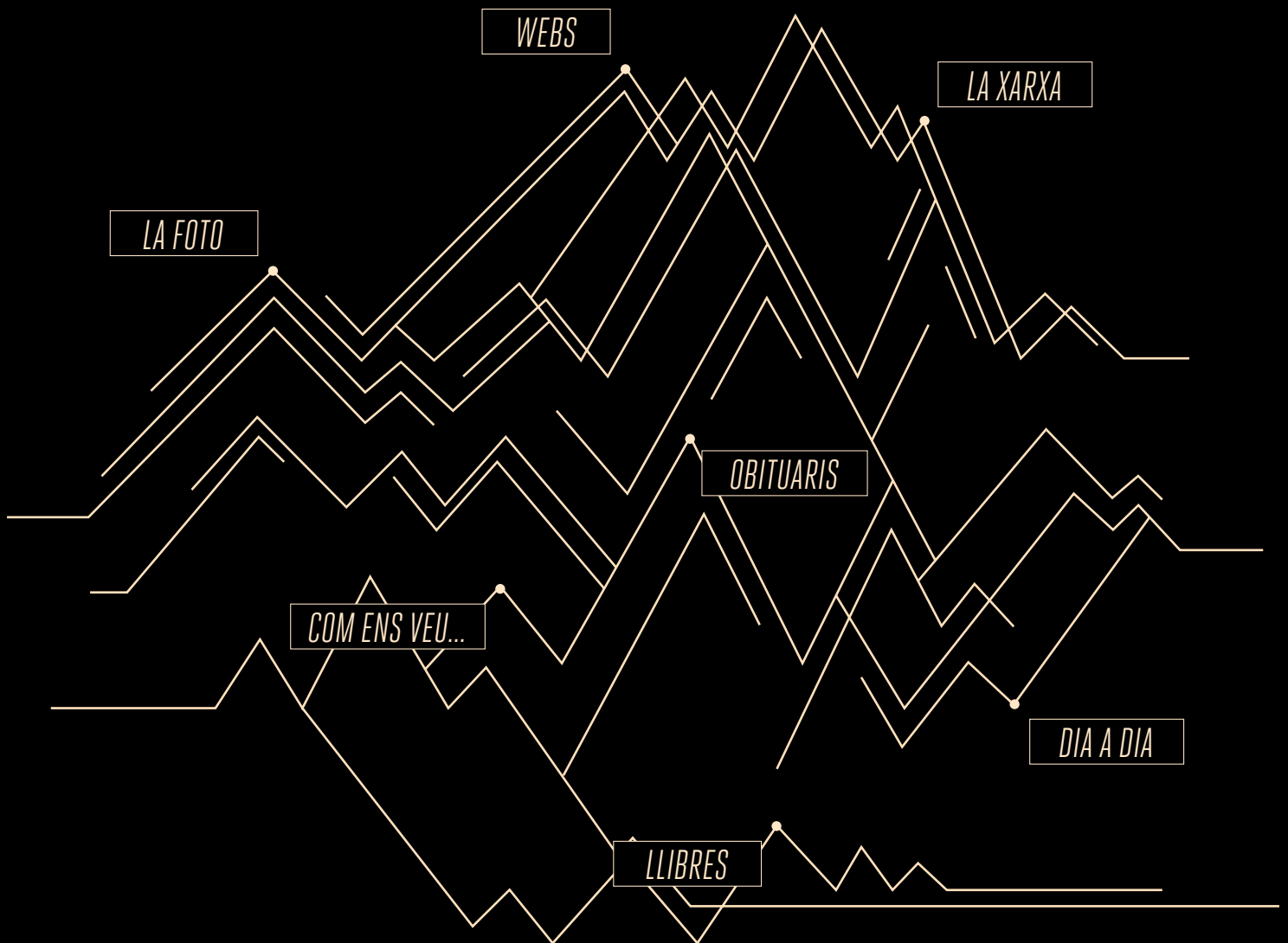


Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



# SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



## APP DE SEURETAT

[www.reporta.org](http://www.reporta.org)

La International Women's Media Foundation apanya Reporta, la primera aplicació de seguretat per a mòbil orientada als periodistes que treballen en zones perilloses. No és un sistema de rescat, però inclou mecanismes de seguiment de la situació de l'usuari i de contacte amb familiars, amics, empresa, etcètera, així com un botó d'avís per a casos d'emergència. És una app gratuïta i està disponible (en castellà i altres idiomes) a les tendes en línia de Google i Apple.

## EL CAS BADAWI

[www.raifbadawi.org](http://www.raifbadawi.org)

El bloqueig d'Aràbia Saudita Raif Badawi, condemnat a deu anys de presó i mil fuetades per "criticar l'Islam", ha rebut el premi Sajarov 2015 a la Llibertat de Consciència que dona el Parlament Europeu. En aquest web, la família explica el cas i demana el suport internacional per aconseguir d'alliberar-lo.

## EBOLA I REALITAT VIRTUAL

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.frontline.ebolaoutbreak>

"Ebola Outbreak: A Virtual Journey" és un documental d'onze minuts de durada que experimenta amb la Realitat Virtual. Creat per la cadena pública nord-americana PBS, el Tow Center for Digital Journalism de la Universitat de Columbia i l'estudi Secret Location. Disponible a la botiga en línia d'apps de Google i Apple. Es pot veure amb els aparells a baix cost de Realitat Virtual que fan servir un smartphone com a pantalla.

## NOVA REVISTA DIGITAL

[www.revista5w.com](http://www.revista5w.com)

Nova publicació digital que, un cop a l'any, edita una revista en paper. Està impulsada per vuit periodistes i funciona via micromecenats, socis i subscriptors. El títol fa referència a les 5 W que, en anglès, protagonitzen la piràmide informativa tradicional: Who, What, When, Where, Why (qui, què, quan, on, per què).

## HOLLYWOOD I EL PERIODISME

<http://spotlightthefilm.com>

Nou film de Hollywood sobre el periodisme. *Spotlight* (amb Mark Ruffalo i Michael Keaton) narra la recerca de l'equip d'investigació del diari *Boston Globe* sobre els abusos sexuals a nens per part de sacerdots catòlics. Un cas que l'Església i les autoritats nord-americanes van ocultar sistemàticament. Per aquest treball, l'equip del *Boston Globe* va guanyar un Pulitzer l'any 2003.



## RECOMANACIONS I ALGORITMES

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

Un diari digital personalitzat que funciona amb notícies que els usuaris recomanen i amb algoritmes que filtren els continguts en funció dels gustos de cadascú. Presumeix de ser democràtic, transparent, lliure i intel·ligent. Ha rebut suport via micromecenatge.

## SÍRIA: RESUM GRÀFIC

[www.youtube.com/watch?v=RvOnXh3NN9w#t=14](http://www.youtube.com/watch?v=RvOnXh3NN9w#t=14)

Les històries, a l'escenari digital, es poden explicar d'altres maneres. Aquest vídeo infogràfic, creat per In A Nutshell, explica el problema que pateix Síria i que ha provocat l'èxode dels seus refugiats. L'han vist milions d'usuaris a través de diversos portals i xarxes..

## FOTOS + DIBUIXOS + TEXTOS

[www.marcellison.com/graphicmemories/GM\\_Ch1/](http://www.marcellison.com/graphicmemories/GM_Ch1/)

El fotoperiodista Marc Ellison és l'autor de la novel·la gràfica *Records Gràfics*, sobre quatre dones d'Uganda que lluiten per integrar-se a la societat després d'haver estat segrestades durant l'adolescència per un grup militar. El projecte, que barreja informació, fotos i dibuixos, ha estat subvencionat pel Centre Europeu de Periodisme.

## MEMÒRIA DELS DESNONAMENTS

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

El peruà Andrés Kudacki és autor d'un ampli i emotiu treball fotogràfic que capta la duresa de les situacions dels desnonaments a Espanya. Per fer les fotos, Kudacki va tenir tota mena de problemes amb les forces de l'ordre i amb les autoritats espanyoles.

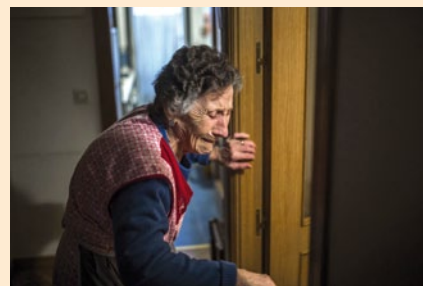


Foto: Andrés Kudacki

## RADIOGRAFIA DEL FOTOPERIODISME

[www.poynter.org/news/mediawire/374620/survey-photojournalism-is-male-dominated-low-paying-and-risky/](http://www.poynter.org/news/mediawire/374620/survey-photojournalism-is-male-dominated-low-paying-and-risky/)

Poca presència femenina (més d'un 80% són homes), mal pagats i obligats a afrontar situacions d'alt risc amb poca o nul·la protecció. Una enquesta entre un miler de fotoperiodistes de tot el món aporta dades reals i concretes sobre el fotoperiodisme actual.

## MOLTES LÍNIES D'INVESTIGACIÓ

EL PERIODISME DE PROFUNDITAT REVIFA ARREU DEL MÓN  
AMB INFINITAT DE PROJECTES DE TOT TIPUS



Imatge de Correctiv, el primer mitjà de comunicació d'Alemanya de recerca independent.

El renaixement del periodisme d'investigació amb projectes de tota mida i mena és una de les bones notícies del panorama informatiu. A més dels noms coneguts de WikiLeaks, Investigative Bureau of Journalism, ProPublica, International Consortium of Investigative Journalist o Global Investigative Journalism Network, estan en marxa arreu del món infinitat d'iniciatives que volen revifar el periodisme de profunditat, en alguns moments establert per la crisi i l'actitud acomodaticia de molts mitjans. A continuació, alguns exemples.

### L'APOSTA DE GREENPEACE

Meirion Jones (excorresponsal de Panorama i Newsnight), Damian Kayah (exreporter de la BBC i del *New York Times*) i Maeve McClenaghan (exintegrament de l'Investigative Bureau of Journalism) són el nucli de l'equip d'investigació creat per Greenpeace que tindrà també l'ajuda de freelance i especialistes independents. A partir d'ara, les activitats bàsiques d'aquesta ONG seran l'acció directa, la mobilització de l'opinió pública i el periodisme d'investigació.  
[www.greenpeace.org.uk/about/investigations](http://www.greenpeace.org.uk/about/investigations)

### THE COUNTED

Un plantejament senzill i contundent. L'edició nord-americana de *The Guardian* demana l'ajuda de tothom per poder completar una base de dades molt detallada amb tots els morts per la policia i les forces

de l'ordre nord-americana. La xifra no existeix oficialment. Cal dir que aquest recompte diu que han estat prop d'un miler de persones.  
[www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2015/jun/01/the-counted-police-killings-us-database#](http://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2015/jun/01/the-counted-police-killings-us-database#)

### UCRAÏNA I IANUKÓVITX

Aquest projecte analitza el paper de l'expresident Víktor Ianukóvitx, que va fugir d'Ucraïna, acusat de diversos crims i sospitós d'haver estat al servei de Rússia. La investigació ha rescatat, i publicat, una gran quantitat de papers oficials que Yanukovich va intentar fer desaparèixer dins d'un llac.  
<http://yanukovychleaks.org/en>

### NARCODATA, LA DROGA A MÈXIC

Recerca sobre l'actuació dels principals càrtels de la droga que actuen a Mèxic. Entre els col·laboradors internacionals de NarcoData està l'organització xilena Poderopedia, especialista en la relació entre empreses i delinqüència a diversos països d'Amèrica llatina.  
<http://narcodata.animalpolitico.com>

### CHEQUEADO

Aquest lloc argentí és el primer *factchecker* (comprova-dor de fets) de l'Amèrica Llatina. El plantejament és clar: "Comprovem el que diuen polítics, economistes, empresaris, persones públiques, mitjans de comuni-

cació i altres institucions formadores d'opinió i els classifiquem de "veritable" a "fals" segons la seva consistència amb els fets i dades a què es refereixen."

<http://chequeado.com>

### CORRECTIV

El primer mitjà alemany de recerca independent i sense ànim de lucre. Es finança amb donacions i aportacions. També ofereix els seus materials gratuïtament als mitjans. Amb motiu del polèmic tractat comercial TTIP, ha donat suport a una quinzena de publicacions locals sense recursos per investigar.

<https://correctiv.org/en>

### MORTS A LES MINES D'ÀFRICA

Les companyies australianes controlen bona part de les extraccions mineres a l'Àfrica. I, pel que sembla, actuen de manera dubtosa. Els autors del projecte afirmen que "des de principi de 2004, més de 380 persones han mort en accidents miners o en escaramusses fora de les instal·lacions connectades a les empreses mineres que cotitzen a la borsa d' Austràlia i que operen a 13 països d'Àfrica."

<http://investigativecenters.org>

### LES OMBRES DE MONTENEGRO

Les cròniques oficialistes diuen que Montenegro és el Montecarlo dels Balcans, si bé els periodistes d'aquest projecte intenten demostrar que és un estat on polítics, delinqüents organitzats i algunes empreses col·laboren de manera activa i sistemàtica.

[www.occrp.org/en/projects](http://www.occrp.org/en/projects)

### ELS SECRETS DEL BOE

La Fundació Ciudadana Civio, que s'ha donat a conèixer amb "España en llamas" (sobre els incendis de cada estiu) i altres projectes, segueix impulsant la transparència informativa amb iniciatives com "El BOE nuestro de cada día", creat per Eva Belmonte. Es tracta de treure notícies rellevants de les dades críptiques/burocràtiques d'aquesta publicació oficial.

<http://elboenuestrodecadadia.com>

### MEDIA.CAT, SILENCIS MEDIÀTICS

Cada any, l'Anuari *Media.cat* (de l'Observatori Crític dels Mitjans, del Grup de Periodistes Ramon Barnils i la Fundació Catalunya) destaca els temes silenciats pels grans mitjans. El del 2015 inclou "Endesa i les ombres del Fòrum" o "Silenci dels col·laboradors mediàtics d'*El Periódico* sobre l'amenaça de retallada salarial de la plantilla", entre altres.

<http://www.media.cat/anuari>



## FARIÑA

Nacho Carretero | Libros del K.O., 2015 | 367 pàg.

Als anys noranta, el vuitanta per cent de la cocaïna entrava a Europa per les costes gallegues. Una xifra impactant possible no només per la seva privilegiada situació geogràfica, sinó també perquè disposava de tots els ingredients necessaris: endarreriment econòmic, una centenària tradició de contraban per terra, mar i riu, i un clima de tolerància de la classe política envers una cultura delictiva heretada de l'època dels capos del tabac. El periodista Nacho Carretero fa un retrat minuciós d'aquest paisatge criminal a través de testimonis directes de capos, pilots de planejadors, jutges, policies, periodistes, actors peneditos o mares de tòxicòmans. El llibre inclou també un repàs pels clans que segueixen operant en l'actualitat, amb el clar missatge que, en contra de la creença mediàtica i popular, el narcotràfic segueix viu a Galícia. Nacho Carretero (A Coruña, 1981) ha treballat a diferents redaccions, però també com a freelance. Ha escrit sobre el genocidi a Ruanda, l'Ebola a l'Àfrica o sobre Síria. Ha publicat a mitjans com *Jot Down*, *XL Semanal*, *Gatopardo* o *El Mundo*; i és redactor d'*El Español* des de l'estiu del 2015. Explicar la història del narcotràfic galleg era un dels seus somnis des que era petit.

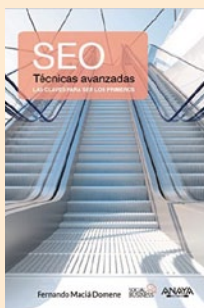


## CUANDO LA LUZ CAMBIÓ

Fotoperiodismo en Transición, 1975-1982

Juan Ignacio Fernández Bañuelos | Milrazones, 2015 | 238 pàg.

Juan Ignacio Fernández Bañuelos ens apropa en aquestes pàgines al renaixement del fotoperiodisme viscut a Espanya des de la mort de Franco l'any 1975 fins a la victòria socialista a les eleccions d'octubre de 1982. Període en què van sortir a la llum pública fets i organitzacions, ocultats fins llavors. Uns anys apassionants per a tots aquells que els van viure, i sobretot per als que els van poder capturar amb les càmeres. No es tractava només d'un canvi respecte al que es posava davant de l'objectiu, sinó també de l'aparició d'una nova manera de treballar. Es va passar de fer fotografies que eren tan sols un suport del text de la notícia, a la narració visual de la realitat des d'un punt de vista més personal. "Per a la fotografia, [la Transició] va significar arribar a un nou escenari en què havia de lluitar contra tot i contra sí mateixa. Necessitava ser, finalment, un mitjà fonamental per explicar la vida de veritat, el servei dels ciutadans", comenta l'autor a la introducció d'aquest llibre. Juan Ignacio Fernández ha estat cap d'edició d'*El Correo* durant els últims vint anys. Ha exercit per a mitjans d'Estats Units, Veneçuela, Brasil i Portugal. Doctor en Comunicació Audiovisual, manté una relació d'amant insatisfet amb la fotografia.



## SEO. TÉCNICAS AVANZADAS

Las claves para ser los primeros

Fernando Maciá Domene | Anaya Multimedia, 2015 | 404 pàg.

Els buscadors d'Internet són els grans generadors de visites rendibles per a la majoria de pàgines web. Aparèixer o no entre les primeres posicions quan un client potencial fa una recerca és clau per al negoci. Buscadors com Google, Bing, Baidu o Yandex són la porta d'accés a la Xarxa per a la majoria d'usuaris, referenciant diàriament centenars de milions de visites. Cada cop més professionals del màrqueting en línia necessiten tenir coneixements SEO avançats per destacar davant la competència, respectant les directrius dels buscadors. Fernando Maciá comparteix en aquest llibre quinze anys d'experiència, proposant una metodologia de posicionament avalada per l'èxit de la seva aplicació pràctica en centenars de projectes d'àmbit internacional. L'autor és un reputat expert en l'estratègia de posicionament en buscadors. Va ser un pioner en l'aplicació d'estratègies SEO, l'anàlisi del tràfic i el màrqueting en línia, camps en els quals treballa des de l'any 2001. És fundador i director de Human Level Communications, una de les consultores líders en *searchmarketing* a Espanya i Llatinoamèrica.

## MANUAL DE COMUNICACIÓ PER A AJUNTAMENTS PETITS (I NO TAN PETITS)

Marc Sureda Pons i Lourdes Torres Plana

UOC, 2015

121 pàg.



Aquest manual neix fruit de l'experiència personal dels autors complementada amb un treball de camp en què s'han enquestat diversos periodistes en actiu, que estan en contacte constant amb ajuntaments d'arreu de Catalunya. Es tracta d'una eina pensada per a tècnics i polítics municipals, que desenvolupen en el seu dia a dia tasques de comunicació i de relació amb els mitjans de comunicació locals i comarcals de la seva àrea d'influència. La passió per la comunicació ha portat els autors a escriure aquestes pàgines amb el convenciment que pot ajudar a millorar la comunicació i que pot ser útil als consistoris que, per la seva dimensió, no tenen capacitat de poder gestionar i canalitzar la informació de manera eficient i encertada. Marc Sureda és graduat en Comunicació i Relacions Públiques per la Universitat de Girona, i soci fundador i director de *Canalajuntament.cat*. Lourdes Torres és llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques, en Criminologia i en Dret per la Universitat de Girona. Actualment, és membre de l'Àrea de Comunicació de la Policia de la Generalitat-Mossos d'Esquadra a Girona.

## EL PERIODISMO EN 140 TUIITS

Josep Lluís Micó

Universitat Ramon Llull, 2015

148 pàg.



El periodisme manté una relació d'interdependència amb les xarxes socials i, en especial, amb Twitter. Els mitjans 2.0 influeixen molt, tant en la selecció informativa, com en els mateixos processos d'elaboració i difusió de continguts o, el que és més important, en una audiència que ja no és passiva. Malgrat això, molts professionals insisteixen a recordar que l'essencial del periodisme hauria de mantenir-se. El llibre tracta sobre aquesta paradoxa, però d'una manera atípica. El primer volum de la nova col·lecció "Mínima" recopila 140 piulades sobre informació, periodisme i mitjans, tots publicats durant un any pel professor Josep Lluís Micó. L'autor és ca-

tedràtic de Periodisme de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna (Universitat Ramon Llull), i exerceix també com a analista especialitzat en comunicació i tecnologia en mitjans com *La Vanguardia*, a més d'haver editat una desena de llibres de la mateixa temàtica.

## HISTORIA MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN

José María Perceval

Càtedra, 2015

312 pàg.



Aquest llibre pretén descobrir com les societats s'han construït i desenvolupat gràcies a la cooperació, l'intercanvi i el préstec cultural. Amb diferents suports i mitjans, els humans han avançat en una comunicació cada cop més immediata, rica i a una major distància; i han permès l'existència de societats més complexes, mestisses i interculturals. Amb tot, l'autor ha volgut explicar també els perills que afecten aquestes societats per la intervenció d'individus i grups que manipulen tota la informació, gestionant-la per al seu benefici. José María Perceval és doctor en Periodisme i professor d'aquest departament a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB i coordinador d'estudis de la Universitat Internacional de La Paz.

## LA VEREMA DELS 80. UNA EMIGRACIÓ CIVILITZADA

Jordi Mestre Vergés i Xavier Martí Ylla

Casa de la Cultura de la Diputació de Girona, 2015

102 pàg.



Durant dècades, als anys 60 i 70, però també als moderns i efervescents 80, milers de persones, entre les quals famílies senceres, creuaven la frontera del nostre país per anar a "fer la verema" al Midi francès. La majoria venien d'Andalusia, Extremadura, Múrcia o el País Valencià; i ho feien amb el viatge pagat i un contracte de feina. Des de l'any 1965, uns dos milions i mig de temporers espanyols han anat a veremar a França. Jordi Mestre Vergés va deixar testimoni fotogràfic d'aquest fenomen que, trenta anys després, i amb textos de Xavier Martí Ylla, s'ha convertit en l'exposició "La verema dels 80. Una emigració civilitzada".

Aquestes pàgines recullen tot un magnífic treball. Les fotografies aplegades, algunes inèdites, presenten l'enorme valor documental d'un fenomen que encara es produeix en l'actualitat. Jordi Mestre té una llarga trajectòria com a fotògraf, professió exercida en diferents àmbits com el fotoperiodisme, la fotografia científica, publicitària i de viatges, entre altres.

## EL CAMP PERIODÍSTIC VALENCIÀ

L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistes

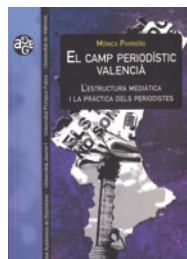
Mónica Parreño

Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat

Jaume I, Universitat Pompeu Fabra i Universitat de

València, 2015

178 pàg.



En el context de la crítica situació del periodisme al País Valencià, Mónica Parreño estudia i analitza en aquest llibre el camp periodístic i els professionals de la informació, els emissors, els públics i la qualitat periodística. Més enllà de l'àmbit local, l'anàlisi mostra com l'impacte de la societat de la informació, la crisi del mercat publicitari i les polítiques de comunicació i culturals esdevenen factors determinants en la configuració i la pervivència dels espais comunicatius. Parreño és llicenciada en Humanitats per la Universitat Pompeu Fabra i màster en Societat de la Informació i Coneixement per la UOC.

## 2014. UN POBLE, UN PAÍS, UN ANHEL

Roser Vilallonga Tena, 2015

256 pàg.



La fotoperiodista Roser Vilallonga presenta una crònica gràfica de diferents moments que han constituït la reivindicació pacífica del dret a decidir a Catalunya. Es tracta d'un recull de més de dues-centes imatges que resumeixen molts d'aquests episodis que, emmarcats tant en l'àmbit polític com social, han tingut lloc durant l'any 2014. Segons l'autora, la societat civil organitzada amb els líders, els voluntaris, els polítics i la població anònima units en actes i campanyes constitueixen l'eix d'aquest llibre. Editat en un format d'alta qualitat, neix amb la in-

tenció de "recollir imatges per a la memòria, el full de ruta de la societat civil catalana en l'anhel per convertir les utopies en realitat". El llibre compta amb les col·laboracions literàries de Muriel Casals, presidenta d'Òmnium Cultural; Carme Forcadell, presidenta de l'Assemblea Nacional Catalana; i dels periodistes Carles Castro, Jordi Basté i Mònica Terribas. L'autora d'aquest recull forma part de l'equip de fotògrafs de *La Vanguardia* des de l'any 1992. Anteriorment, també havia col·laborat amb diversos diaris i revistes com *El Periódico de Cataluña*, *Tribuna*, *Claro* o *CAPÇALERA*.

## RETORN A CASA. DOTZE ANYS D'ARTICLES A REGIÓ7 (1999-2010)

Josep Tomàs Cabot

L'Albí, 2015

269 pàg.



Aquest volum aplega una selecció d'articles de Josep Tomàs Cabot publicats al diari *Regió7* des de 1999 fins a 2010. Dotze anys de col·laboracions periodístiques que van representar la culminació d'una intensa i prolífica activitat, iniciada molts anys enrere en nombroses publicacions, d'entre les quals algunes de les més importants del nostre país: des de la revista *Destino* fins a *Historia y Vida*, de la qual va ser director. Sense oblidar les nombroses col·laboracions a *La Vanguardia*. Com diu l'editor Jaume Huch al pròleg, els articles de Josep Tomàs Cabot són uns textos amables que traspuen, a més de saviesa, una gran humanitat i una visió i un sentit positius de la vida. Aquests articles, en què el lector trobarà una gran varietat de temes i una diversitat de jocs i de recursos, "han estat escrits sense ampul·lositats ni estridències [...], tot fent gala d'un periodisme afable que podria fer escola". Josep Tomàs Cabot va estudiar Medicina i es va graduar més endavant en Periodisme. És llicenciat també en Història Moderna i doctor en Filologia Hispànica.

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







— • LA FOTO • —

**UN SEGLE DE MODA**

El Museu del Disseny ([www.museudeldisseny.cat](http://www.museudeldisseny.cat)) ha organitzat l'exposició *Distinció*.

*Un segle de fotografia de moda*, i aposta, així, per un gènere fotogràfic poc estudiat a casa nostra. La mostra, que es pot visitar fins al 27 de març, inclou fins a 160 imatges de 38 dels fotògrafs més rellevants del panorama nacional dels darrers cent anys. En aquestes pàgines, *La Cenicienta* (2005) d'Eugenio Recuenco.

EUGENIO  
RECUENCO

## JOAN GALA FERNÁNDEZ

El 12 de setembre de 2015, moria Joan Gala Fernández a seixanta-quatre anys. Va ser pioner del periodisme casteller, a més de fundador i un dels creadors de la Fundació Emili Miró amb seu a Terrassa. Va escriure cròniques al diari *Avui*, entre 1986 i 1994. En l'àmbit periodístic, va aixecar l'interès per les activitats castelleres als diaris amb cròniques a *Tèle/eXpress*, a TVE Miramar i a Ràdio 4, *El Correo Catalán* i la revista *Som*, que va contribuir a fundar. Va ser un dels impulsors del fet que els castells tinguessin protagonisme al Congrés de Cultura Catalana. Va ser un dels redactors del Manifest Castellor que va aportar el reconeixement dels castells com a valor central de la cultura del país. Entre 1993 i 2001, va ser membre del Consell Assessor del Centre Popular i Tradicional del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

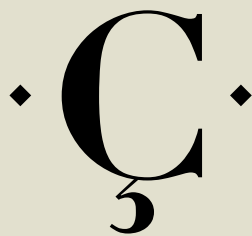


## ALFONSO CERÓN NÚÑEZ

Nascut a Alhama de Murcia, el 1928, Alfonso Cerón va morir el 20 d'octubre de 2015. Tenia vuitanta-set anys i havia desenvolupat una llarga trajectòria periodística en diversos mitjans. Va ser director de *Paseo Infantil*, col·laborador de *La Prensa*, redactor del *Diario de Barcelona*, col·laborador de *La Hoja del Lunes*. A més d'escriptor era dibuixant i humorista. Al començament d'exercir de periodista, va mantenir algunes col·laboracions amb l'editorial Bruquera, on va tornar entre 1970 i 1978 per il·lustrar llibres de la col·lecció "Joyas Literarias".

## ARTUR TORRENTS SISTERÓ

Artur Torrents Sisteró moria a Madrid, el 24 d'octubre de 2015. Era natural de Lleida, on havia nascut el 1949. Durant la carrera de periodista, va exercir en diversos diaris editats a Barcelona, amb una dedicació especial a l'esport. Va ser primer redactor en cap de *Barcelona Deportiva* i director del diari esportiu *Cuatro-dos-cuatro*, editat pel Grup Mundo com també ho foren el setmanari *Mundo*, que Torrents va dirigir, o *Mundo Diario* del qual va ser redactor en cap. També va treballar a *Meridiano* i a *Esports Blaugrana*, *El 083* i *Clima*. En els darrers anys, va impulsar empreses dedicades a la creació, promoció i comercialització de publicacions.



CAPÇALERA

## BUTLLETA DE SUBSCRIPCIÓ ANUAL

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

Nom:

Cognoms:

Adreça Postal:

Població:

Codi postal:

DNI/NIF/CIF:

Telèfon:

Adreça electrònica:

### Dades Bancàries

Titular:

Firma:

Entitat:

Núm. de compte:

Envieu aquesta butlleta a:

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

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

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...



## AGOST

### 1 d'agost

MASDEU PLEGA DE CATALUNYA RÀDIO. El periodista i corresponsal a Brussel·les de Catalunya Ràdio, Jaume Masdeu, deixa l'emissora agraint en el seu compte de Twitter els missatges de suport dels companys que li desitgen sort en aquesta nova etapa que el periodista encara no ha aclarit on serà. Masdeu ha estat corresponsal de TV3 a Brussel·les, entre els anys 1990 i el 2004. Després va dirigir els serveis informatius de TV3 fins al 2007 i, posteriorment, va dirigir els Canals Informatius de la CCMA, des d'on va dirigir el portal *324.cat*. El 2009, va tornar a Brussel·les, aquest cop, però, va anar-hi com a corresponsal de Catalunya Ràdio.



Foto: TV3

Masdeu comença una nova etapa professional.

### 2 d'agost

LLIBRE DE GUILLEM CARLES GONELL. El periodista i escriptor Guillem Carles presenta el llibre *Les memòries del silenci 1930-1967*, coincidint amb les festes majors de Masdenverge al Montsià celebrades aquesta primera setmana d'agost amb la participació de Roser Royo, de la Junta del Col·legi de Periodistes a les Terres de l'Ebre. L'obra tracta d'una part de la història de Masdenverge des del començament de la Guerra Civil fins a la postguerra. Guillem Carles és fundador de l'agència de notícies Sord Press, per a la comunitat dels sords.

### 5 d'agost

CONVOCAT EL PREMI PICA D'ESTATS. El Patronat de Turisme de Lleida convoca una nova edició del Premi de Turisme Internacional Pica d'Estats de Premsa, Ràdio, Televisió i Internet amb una dotació econòmica de 38.000 euros per a les vuit categories. El Pica d'Estats arriba enguany a la 27 edició plenament consolidat amb l'objectiu de posar en valor la difusió dels recursos turístics del Pirineu i de les terres de Lleida.

### 7 d'agost

SEGONA EDICIÓ DEL PREMI ATLL. El Col·legi de Periodistes de Catalunya col·labora de nou en la segona edició del premi periodístic ATLL de l'Aigua 2015 per reconèixer el treball periodístic que han fet millor pedagogia sobre el recurs hídric, Aigües Ter Llobregat (ATLL), concessionària de la Generalitat de Catalunya, que convoca el premi amb l'objectiu de reconèixer la tasca dels periodistes premiant els treballs publicats en els mitjans catalans que versin sobre l'aigua com a recurs escàs i indispensable per a la vida humana, la importància en el desenvolupament humà i industrial, així com la preservació i el bon ús. Es premien els quatre millors treballs periodístics, que tenen una dotació econòmica de 3.000 euros per al primer premi i tres accèssits dotats amb 1.500 euros cadascun.

### 11 d'agost

LAVINIA GESTIONARÀ LA TELEVISIÓ DEL PARLAMENT. La productora Lavinia gestionarà la televisió del Parlament durant els dos pròxims anys. És la primera vegada que la cambra catalana convoca aquesta licitació. Des de la fundació, el 2002, el Parlament havia confiat el senyal institucional a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i a l'Escola d'Enginyeria La Salle de la Universitat Ramon Llull. El 2011, aquest centre educatiu va assumir en solitari la producció i realització audiovisual dels actes públics audiovisuals. Aquest any, el Parlament va considerar que l'augment del nombre de sessions i d'actes dels darrers anys aconsellaven anar cap a un model de contractació pública.

### 24 d'agost

INICI DEL TRASLLAT DE CATALUNYA RÀDIO A TV3. La Corporació Catalana comença a executar el trasllat de la redacció de la ràdio pública catalana cap a les dependències de TV3, a Sant Joan Despí. De moment, ja han publicat les clàusules per fer les obres de condicionament de les instal·lacions. El pressupost és de 120.000 euros i la Corporació dóna tres anys per completar les dues fases del condicionament. El plec de clàusules de les obres permet constatar que la redacció d'Esports també resulta afectada pel trasllat, tot i que en un primer moment no estava previst.

### 26 d'agost

ASSASSINATS EN DIRECTE. La periodista Alison Parker, de vint-i-quatre anys i el càmera Adam Ward, de vint-i-set, tots dos del canal CBS WDBJ de Roanoke

(Virginia) moren a causa dels trets d'un homicida que els dispara mentre els enfoca amb el seu mòbil. Els periodistes es disposaven a fer una enquesta al centre comercial de la plaça Bridgewater de la població rural de Moneta. Ambdós professionals moren a l'acte. La policia creu que l'homicida va actuar per odi racista. Tenia quaranta-dos anys i havia treballat a la mateixa cadena.



Foto: CBS WDBJ

Alison Parker i Adam Ward

### 29 d'agost

INAUGURACIÓ DE VISA POUR L'IMAGE. El drama de la immigració en fronteres de països europeus i aigües de la Mediterrània colpegen la 27a edició del festival Visa pour l'Image, que cada any té lloc a la ciutat francesa de Perpinyà. Enguany, s'ha batut la xifra rècord de 4.500 propostes per exposar de les quals només 24 han estat seleccionades. L'edició actual mostra diferents temes que van ser notícia al llarg de l'any, com la crisi d'Ucraïna, el terrorisme d'Estat Islàmic, terratrèmols, l'epidèmia de l'Ebola i l'atemptat gihadista al setmanari satíric *Charlie Hebdo* entre altres qüestions. D'altra banda, també arrenca a Perpinyà la 20a edició del Festival Off, dedicat al fotoperiodisme no professional de reporters emergents que inclou treballs de 84 autors.

### 30 d'agost

EGIPTE CONDEMNA TRES PERIODISTES D'AL-JAZIRA. El Tribunal Penal del Caire condemna a tres anys de presó tres periodistes d'Al-Jazira acusats de difondre presumptes notícies falses sense tenir permisos de treball i exercir la professió al país. Els afectats són l'australià Peter Greste, el canadenc Mohamed Fahmy i l'egipci Baher Mohamed. Els reporters van ser arrestats, el desembre de 2013, i van ser sentenciats a set i deu anys de presó l'any passat. Un tribunal de cassació va anul·lar el judici i ordenà repetir-lo. En el darrer judici, Greste i Fahmy han estat sentenciats a tres anys de presó juntament amb altres persones acusades pel mateix cas. Mohamed Fahmy és un expert reporter que va cobrir la invasió de l'Iraq, el 2003, i ha estat condemnat pels quatre mesos al

capdavant d'Al-Jazira a Egipte. La cadena de Qatar està vetada a Egipte pel suport al president deposat, l'islamista Mohamed Morsi.

### 31 d'agost

NOVA ETAPA A LA COMARCA D'OLLOT. El setmanari *La Comarca d'Olot* inicia una nova etapa sota la direcció del periodista Òscar Cabana i un equip de set joves professionals. El començament de la nova etapa coincideix amb la inauguració de la nova seu de la publicació a l'edifici de Can Paxinc, al barri del Roser de la capital gironina. Aquest número introdueix el color en totes les pàgines. *La Comarca* va sortir el 1978, després que desaparegués la censura franquista. Ha estat dirigida pel periodista Antoni Garrido, juntament amb la seva dona durant els últims trenta-sis anys.



Foto: La Comarca d'Olot

L'equip del setmanari d'Olot

## SETEMBRE

### 2 de setembre

LA FEDERACIÓ DE BASQUET PREMIA JORDI ROBIROSA. El periodista esportiu Jordi Robirosa és guardonat per la Federació Catalana de Basquetbol amb els premis Fundació del Bàsquet Català de Periodisme Esportiu en la categoria de Televisió. Robirosa rep avui el premi a la seu de la federació.

### 3 de setembre

TURQUIA ALLIBERA DOS PERIODISTES BRITÀNICS. La justícia turca allibera dos periodistes britànics detinguts per "terrorisme". Són dos reporters del web Vice News, Jake Hanrahan i Philip Pendlebury. El tribunal ha decidit, en canvi, mantenir empresonat el traductor iraquí Mohammed Ismael Rasool, acusat d'haver facilitat la feina a membres de l'Estat islàmic. Havien estat detinguts el 27 d'agost.

LA FOTO QUE CONSTERNA EL MÓN. La imatge del cadàver d'Aylan Kurdi, un infant de tres anys trobat sense vida en una platja turca després de naufragar la seva embarcació quan intentava arribar a l'illa de Kos fa la volta al món. En el naufragi, onze persones han mort ofegades. El mar va arrossegar el cos del petit fins a la costa turca després que en el naufragi rellisqués dels braços del seu pare que s'esforçava a salvar-lo. També van perdre la vida la mare i un germà d'Aylan. Una fotografia de l'agència turca Dogan capta l'infant mort a pocs metres del cos del seu germà de cinc anys. La imatge ocupa les portades de la majoria de mitjans.



Foto: Nilufer Demir (Dogan)

El cadàver del petit Aylan Kurdi

SET ANYS I MIG DE PRESÓ A UNA PERIODISTA D'INVESTIGACIÓ. Khadija Ismayilova, de trenta-nou anys i cèlebre periodista d'investigació a l'Azerbaidjan, ha estat condemnada a set anys i mig de presó després d'un procés en el qual el jutge va abandonar el tribunal abans que ella pogués llegir la seva defensa. El treball d'Ismayilova exposa de manera sistemàtica l'alt grau de corrupció i apropiació indeguda de fons públics, relacions il·lícites amb empreses, nepotisme estructural, etcètera. L'Azerbaidjan és un país amb grans reserves de petroli i gas. Nombroses institucions com Amnistia Internacional, Human Rights Watch i la Federació Internacional de Hèlsinki per als Drets Humans estan convençudes que la feina de la periodista és la causa que l'ha portada a la presó.

### 7 de setembre

NOU DIRECTOR D'INFORMATIUS DE LA SER. José Manuel Romero és nomenat director d'Informatius de la cadena SER. Romero té cinquanta-un anys, és llicenciat en Periodisme, ha treballat en diverses emissores de ràdio, va fundar el diari *El Sol* i va dirigir els informatius de Telemadrid abans d'incorporar-se a *El País*, on va ser redactor en cap de la secció d'Espanya i sotsdirector amb competències d'informació als tribunals. Va rebre el Premi Ortega i Gasset de Periodisme per la cobertura del cas Gürtel.

### 8 de setembre

DOSSIER SOBRE SALUT MENTAL ALS MITJANS. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), el Departament de Salut de la Generalitat i el Col·legi de Periodistes de Catalunya presenten un document per combatre els estereotips sobre salut mental als mitjans. El text ofereix un conjunt de consells sobre la manera com tractar aquesta problemàtica sense reproduir estigmes ni imprecisions. El document remarca que els problemes de salut mental són "habituals, però cal evitar titulars alarmants en els mitjans per captar l'atenció en perjudici de la salut mental". El document s'ha elaborat conjuntament amb una trentena d'entitats i associacions relacionades amb l'àmbit de la salut mental i la comunicació.

### 9 de setembre

PRIMERA BECA PREMIS CARLES RAHOLA. L'Ajuntament de Girona finança la primera edició de la Beca dels Premis Carles Rahola, que tenen com a objectiu fomentar la recerca sobre la història del periodisme a les comarques gironines. Amb la creació d'aquesta beca, l'Ajuntament de Girona s'afegeix a la Setmana dels Rahola, creada per la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes i la Diputació gironina com un espai per potenciar els Premis Rahola i apropar-los més a la societat. En aquesta edició, també s'hi ha sumat la Universitat de Girona.

ACOMIADADA UNA PERIODISTA PER AGREDIR REFUGIATS. La periodista Petra Lászlo, operadora de càmera del canal ultradretà hongarès NITV, ha estat acomiadada després que les càmeres de diversos reporters gràfics la descobrissin quan cobria els allaus de refugiats a la frontera entre Hongria i Sèrbia i feia la traveta a uns refugiats que escapaven de les càrregues policials. Concretament, Lászlo colpeja un home que anava amb un nen en braços. El vídeo ha escandalitzat l'opinió pública hongaresa.

### 10 de setembre

LLUÍS BONADA I ROSA M. PIÑOL, Premi Trajectòria. Els periodistes culturals Lluís Bonada i Rosa M. Piñol reben en el marc de la Setmana del Llibre en Català, el Premi Trajectòria en reconeixement a la feina durant més de trenta anys. El guardó s'ha atorgat per ser "representants d'una generació de professionals apassionats, compromesos amb la informació de qualitat, difusió i visibilitat de l'àmbit de la literatura catalana sense perdre el sentit crític". Piñol és llicenciada en Periodisme i en Llengua i Literatura

Hispaniques. Primer, va treballar a *Diario Femenino* i *Mundo Diario*. El 1976, es va incorporar a l'*Avui*. Tres anys després, es va incorporar a La Vanguardia com a redactora de Cultura. Té el Premi Atlàntida i, enguany, ha rebut el Memorial Pere Rodeja del Gremi de Llibreters de Catalunya. També, Bonada, jubilat des de 2013, va treballar en mitjans com *El Temps*, *Diari de Barcelona*, *Tele/eXpress*, *Avui* i *Presència*. El 1996, va obtenir el Premi Atlàntida.

## 14 de setembre

ENTREGA DELS PREMIS GARCÍA CAMPOY. L'Acadèmia de Televisió lliura al Círculo de Bellas Artes de Madrid els primers premis García Campoy, un acte marcat pel record de la finada periodista. Reben els guardons Antonio García Ferreras (La Sexta C pel reportatge *I+D, Indignación más destierro*), Mario Moros (Notícies Cuatro); América Valenzuela (*Ciència al cubo*) de Ràdio 5, Pablo Jáuregui (*El Mundo*), l'agència SINC i el departament de Comunicació del CSC.

## 15 de setembre

EL *DIARI DE VILANOVA* ES RENOVA. Un dels diaris més antics de Catalunya, el *Diari de Vilanova*, es renova. Fundat per Josep Pers i Ricart fa 165 anys, al juliol, va endegar una primera fase de restauració amb un canvi en la propietat que ha passat a mans de l'empresa Edicions Comarca. Un altre canvi en la capçalera és l'ampliació de continguts que, des de fa pocs dies, també inclouen l'Alt i el Baix Penedès. A més, incorpora noves seccions (Local, Garraf, Penedès i País).

## 17 de setembre

EL COL·LEGI EN DEFENSA DE LA LLIBERTAT DE PREMSA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya fa públic un comunicat en el qual considera "inadmissible" que la Junta Electoral Central "es prengui la llibertat de decidir quins espais informatius i formats calia fer servir per compensar la retransmissió de la Via Lliure. I demana als membres de la JEC i als polítics "respecte per la feina dels periodistes." Després que s'hagi desestimat el recurs de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), "els periodistes observem amb estupor que la JEC es prengui la llibertat de fer les escaletes dels mitjans públics i decideixi quins formats s'han de fer servir en els espais informatius", diu la nota. "Amb aquesta decisió, s'imposa un cop més un estat d'excepció informativa intolerable. Aquest cop, però, encara han anat més lluny. No només imposen ordre i temps dedicat a cada partit,

sinó que també arriben a decidir en quin format s'ha d'informar", afegeix.

MOSTRA DE FOTOPERIODISTES GIRONA. La Mostra de Fotoperiodistes és una de les exposicions que es pot veure a la Casa Saladrigas, del 19 de setembre al 10 d'octubre, en el marc del Blanes Photo Festival 2015. A la mostra, els professionals de la imatge presenten cadascun, dues imatges: una de tema lliure i una altra centrada en el seu particular punt de vista sobre un dels motors més importants de les nostres comarques: el turisme.



Foto: Blanes Photo Festival (BPF)

Els fotoperiodistes que participen a la mostra

## 18 de setembre

ES CREA EL PREMI MARGARITA RIVIÈRE. Amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya es crea el Premi Margarita Rivière al rigor i a la visió de gènere en memòria de la periodista col·legiada i membre de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), que impulsa el guardó, que té com a objectiu reconèixer la feina d'excel·lència periodística de professionals que destaquin pel rigor, la independència i la visió de gènere. La primera edició del premi tindrà lloc en el marc la Festa dels Periodistes de Comunicació de l'ADPC, que es va fer el 13 de novembre de 2015 al CaixaForum de Barcelona.

## 22 de setembre.

TERRES DE L'EBRE CONVOCA ELS POLÍTICS. Després del debat realitzat per les eleccions municipals del passat mes de maig, la demarcació de Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes torna a reunir els polítics en un innovador acte públic per informar sobre el 27-s. El debat-col·loqui té lloc al Teatre Auditori Felip Pedrell de Tortosa amb participació de candidats de les set llistes de Tarragona amb representació a l'actual Parlament que concorren a les eleccions. Les preguntes les fan set periodistes dels principals mitjans de comunicació de les Terres de l'Ebre. La intervenció en el debat-col·loqui s'ha realitzat se-

gons l'ordre establert per un sorteig que ha tingut lloc al principi de l'acte.



Foto: Joan Revillas

Els periodistes i els polítics del debat

## 23 de setembre

RENOVEN LA SALA D'ACTES DE LA DEMARCACIÓ DE GIRONA. La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes ha renovat la sala d'actes Miquel Diumé. Les obres es van iniciar a inicis de setembre i han permès millorar l'estètica, l'acústica i la il·luminació.

EXPOSICIÓ DE FOTOS A LA DEMARCACIÓ DE GIRONA. La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya acull l'exposició "Catorze mirades a dotze mesos" integrada per una selecció de les fotografies que es van presentar a la sisena edició dels premis Carles Rahola de Comunicació Local. La mostra està organitzada conjuntament amb la Diputació de Girona.



Foto: Martí Artalejo / Dip. Girona

Un moment de la inauguració de l'exposició

## 24 de setembre

AL SISI INDULTA TRES PERIODISTES D'AL-JAZIRA. Sis-cents dies després de ser arrestats al Caire, el president egipci Abdelfatà al Sisi ha indultat els tres periodistes d'Al-Jazira amb motiu de la celebració d'una de les principals festes anuals de la religió musulmana. Els periodistes havien estat condemnats a tres anys de presó per "difusió de notícies falses".

## 29 de setembre

**PREMI DE TELECOMUNICACIÓ A EL PUNT AVUI.** El Col·legi d'Enginyers Tècnics i Pèrits de Telecomunicació de Catalunya lliura els premis Excel·lència 2015. En l'apartat de Mitjans de comunicació, reconeixen la tasca d'*El Punt Avui* per la divulgació de les noves tecnologies que es fa a través del diari i del lloc web dins les pàgines dedicades a la tecnologia que publica setmanalment la revista *Presència*. D'altra banda, en l'apartat de Comunicació, rep un reconeixement el canal 8TV i l'Associació de Radioaficionats de l'ONCE.

## 30 de setembre

**MIQUEL CALÇADA A "PESSICS DE VIDA".** El periodista i empresari de la comunicació Miquel Calçada participa al cicle d'entrevistes "Pessics de Vida", que organitzen a Manresa el Centre Cultural El Casino i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes. Calçada enceta el cicle després de l'aturada estiuenca. Nascut a Sabadell el 1965, és un apassionat de la ràdio. Va iniciar-se de la mà del locutor Xavier Serrano amb qui conversa durant l'acte en què parlen sobre la professió i diversos aspectes de l'actualitat.



Miquel Calçada amb Xavier Serrano

Foto: Xus Vinas

# OCTUBRE

## 1 d'octubre

**ANUNCIEN LES MOSQUES DE LA INFORMACIÓ.** La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes anuncia que l'UNI Girona, campió de bàsquet de la Lliga Femenina Espanyola, rebrà la Mosca de Sant Narcís, mentre que Natalia Molero, filòloga i periodista traspasada aquest estiu, la Mosca Pòstuma. També es distingirà la trajectòria de la revista *Presència*, que aquest 2015 compleix cinquanta anys de vida. La gala de les Mosques de la Informació tindrà lloc el dia 22 d'octubre a la Biblioteca Carles Rahola.

## 2 d'octubre

**ROGER JIMÉNEZ, PREMI MANU LEGUINECHE.** El periodista Roger Jiménez obté el tercer premi internacional de periodisme Càtedra Leguineche pel treball constant en defensa del lector, reivindicació de l'ètica i l'autoregulació de l'exercici del periodisme i la professionalitat. Jiménez compta amb una dilatada trajectòria al diari *La Vanguardia* del qual va ser director adjunt. Va compaginar l'exercici del periodisme amb les classes a la universitat, allà va donar a conèixer a l'alumnat l'obra de Leguineche. Actualment, és president del Consell de la Informació de Catalunya.

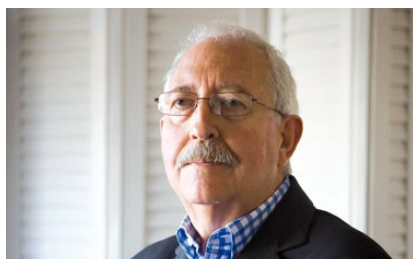


Foto: Arxiu

Jiménez, president del CIC, ha estat guardonat

## 3 d'octubre

**MOR JUAN LLOPART, VICEPRESIDENT DE ZETA.** Mor a Barcelona Juan Llopart a seixanta-cinc anys, víctima d'una llarga malaltia. Era vicepresident del Grup Zeta, editor d'*El Periódico*. Llicenciat en Econòmiques i Dret a la UB, la seva gestió va coincidir amb una etapa de canvis en el sector periodístic. Agustí Cordón, conseller delegat del grup, assumirà les funcions executives que desenvolupava Llopart

**POLITKOVSKAIA AL LLIBRE.** El Teatre Lliure recorda la història periodística d'Anna Politkovskaia i la seva lluita per la llibertat d'expressió a Txetxènia amb una obra titulada *Dona no reeducable*. Politkovskaia va morir assassinada fa nou anys en uns fets que encara no han estat aclarits.

## 4 d'octubre

**L'ANXOVA D'OR A SILVIA CÓPPULO.** L'Escala, localitat del Baix Empordà, atorga el guardó de l'Anxova d'Or a Silvia Còppulo, periodista de Catalunya Ràdio. La Festa de l'Anxova enguany compleix vint-i-cinc anys. Del 2 al 4 d'octubre, hi ha hagut diversos conferències sobre la Tapa de l'Anxova per promoure el producte.

## 6 d'octubre

**ACORD DEL COL·LEGI AMB LA UEA.** El Col·legi de Periodistes de Catalunya ha signat un conveni amb la Unió Empresarial de l'Anoia (UEA) que busca fomentar la col·laboració entre ambdues entitats, que es comprometen a efectuar accions bilaterals adreçades a empreses i a emprenedors, com el premi UEA a la millor estratègia de comunicació empresarial. A l'acte va ser-hi la degana Neus Bonet, Gonçal Mazcuñán, president de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi, i Blai Paco, president de la UEA.



Foto: CPC

Bonet, Paco i Mazcuñán en l'acte de signatura.

**PREMI CARANDELL PER A MIGUEL ÀNGEL RODRÍGUEZ.** El premi Lluís Carandell de Periodisme parlamentari que atorga el Senat recau en el director i presentador del programa *24 hores* de Ràdio Nacional, Miguel Àngel Domínguez. El guardó porta el nom de Luis Carandell, que va ser corresponsal al Japó, va cobrir la guerra de Yom Kipur i la Revolució dels Clavells, a més de ser mestre del periodisme renovador en la Transició i també escriptor.

## 7 d'octubre

**PREMIS DEL MEMORIAL CANDEL.** El Col·legi de Periodistes de Catalunya acull l'entrega dels guardons de la setena edició del Memorial Francesc Candel. L'acte està presidit per Neus Munté, vicepresidenta i Consellera de Benestar Social i Família, Pere Baltà president de la Fundació Paco Candel amb l'assistència de diferents premiats en anteriors edicions del Memorial. Entre els guardonats d'aquest any hi ha, en l'àmbit social, la demògrafa Anna Cabré i Pla. El Memorial Cultural recau en els músics Jaume Cristau i Brunet i Josep Mut i Benavent. El Memorial dedicat a la comunicació es concedeix a l'Escola Seat situada a pocs metres de la plaça de La Marina, on vivia Candel altres i, en especial, per la incidència del seu llibre *Els altres catalans*, estudiat i valorat pels alumnes del centre.

## 8 d'octubre

**CHARLIE HEBDO, PREMI LIBER PRESS.** El setmanari satíric francès Charlie Hebdo, víctima d'un atemptat terrorista a París, el 7 de gener passat, en el qual van morir dotze persones, rep el premi Liber Press per haver estat "el símbol de la llibertat d'expressió en el món de la premsa, la caricatura i el còmic". Els premis Liber Press van néixer el 1999 a Girona amb l'objectiu de donar a conèixer i promoure persones i iniciatives en favor de la solidaritat. A més del premi a *Charlie Hebdo* també hi ha hagut altres guardons com el concedit a Javier de Lucas per la feina en polítiques migratòries o al francès Titouan Lamazou pel compromís en favor de les dones i els seus drets.

NOBEL DE LITERATURA PER A UNA PERIODISTA BIELO-RUSSA. La periodista i escriptora Svetlana Alexandrovna Aleksievitx, nascuda a Franakivski (Ucraïna, 1938) és guardonada amb el Premi Nobel de Literatura pel periodisme d'investigació sobre la catàstrofe de Txernòbil (*Veus de Txernòbil*) i sobre la guerra de l'Afganistan, narrada des del punt de vista dels combatents veterans i de les mares dels caiguts. És la primera periodista que obté el Nobel de Literatura.



Foto: Arxiu

Svetlana Aleksievitx, guanyadora del Nobel.

## 13 d'octubre

**EL COL·LEGI DEFENSA EL DRET A LA INFORMACIÓ.** Arran de les amenaces a un fotoperiodista durant la celebració a Montjuïc del Dia de la Hispanitat per part d'organitzacions d'extrema dreta, el Col·legi de Periodistes de Catalunya redacta un comunicat de repulsa en què recorda a tots els professionals i a la ciutadania que "sempre ha defensat la informació com un dret fonamental, i el periodisme, com la seva expressió professional i un dret ciutadà per al bon funcionament de la democràcia".

DEBAT SOBRE PERIODISME A TARRAGONA. Té lloc a Tarragona un debat de la III Jornada de Comunicació que organitza la Federació d'Associacions de

Periodisme d'Espanya (FAPE). Allà s'analitza la difícil relació entre el periodisme, la política i l'economia. Hi participen destacats periodistes entre els quals Casimiro García Abadillo, exdirector d'*El Mundo*; Ernesto Ekaizer, periodista d'*El País*; Enric Sierra, adjunt a la direcció de *La Vanguardia*; Juancho Dumall, director adjunt d'*El Periódico de Catalunya*; Roger Jiménez, president del Consell de la Informació de Catalunya, i Elsa González, presidenta de la FAPE. També assisteixen Josep Andreu, president del Port de Tarragona i Ana Pastor, ministra de Foment.

## 15 d'octubre

**BTB ADJUDICA ELS INFORMATIUS A LAVINIA.** El consell d'administració de l'entitat gestora de Barcelona Televisió (BTV) i Barcelona FM adjudica la prestació de serveis de producció d'Informatius i serveis tècnics dels seus canals a la productora BCN Audiovisual, filial del grup Lavinia. L'import de l'adjudicació per dos anys de contracte s'ajupa a 14.171.358 euros.

## 20 d'octubre

**EL COL·LEGIATS DE LLEIDA, AL CONGRÉS.** Un grup de col·legiats de la demarcació de Lleida es reuneixen amb un grup de diputats lleidatans al Congrés per fer balanç de la legislatura que acaba el desembre. La diputada de CIU Conxita Tarruella assegura que la legislatura ha estat "dura" en gran part per la majoria absoluta del PP en les passades eleccions generals. També el diputat del PP José Ignacio Llorens assegura que "s'ha passat de la crisi a la recuperació", mentre que la diputada del PSC Teresa Cunillera destaca que "hi ha hagut manca de diàleg i que la funció dels diputats de la perifèria ha quedat molt diluïda".



Foto: Demarcació de Lleida

Els periodistes que van visitar el Congrés

## 21 d'octubre

**PERIODISTES INTERNACIONALS VISITEN LLEIDA.** Una desena de periodistes de tot el món visiten Lleida gràcies a un programa coordinat per l'Agència Catalana de Turisme i Basque Tour, en el qual Turisme

de Lleida i la Paeria participen en l'organització de l'estada i la visita a la ciutat. Un dels recorreguts dels viatgers ha estat el Turó de la Seu Vella.

## 22 d'octubre

**LLIURAMENT DE LES MOSQUES.** La Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya celebra a la Biblioteca Carles Rahola la 27a edició de les Mosques de la Informació. El regidor de l'Ajuntament de Girona, Carles Ribas, rep amb esportivitat i bon humor La Mosca Borda, un premi que va adreçat als que han tingut poca atenció amb els periodistes. Verònica Mas, cap de premsa del Patronat de Turisme Costa Brava, obté La Mosca Grossa, distinció dels periodistes a qui ha donat facilitats informatives. Durant la festa, es ret un emotiu homenatge a l'escriptora i periodista Natàlia Molero amb el lliurament de la Mosca Pòstuma del Col·legi, guardó que recullen els seus fills. També s'ha homenajat la revista *Presència*, que compleix cinquanta anys, i l'equip de bàsquet femení de l'Uni Girona, que rep la Mosca de Sant Narcís.



Foto: Pere Duran / CPC Girona

Foto de família dels guardonats de les Mosques

**PEDRO MADUEÑO, AL CAIXAFORUM DE MADRID.** El fotògraf i adjunt al director de *La Vanguardia*, Pedro Madueño, exposa al CaixaForum de Madrid una àmplia selecció de retrats periodístics realitzats al llarg de trenta-cinc anys de trajectòria professional, entre ells Terenci Moix, Juan Goytisolo, Antoni Tàpies o Moisès Broggi. Alguns dels protagonistes de la mostra es van veure anteriorment a Barcelona i a Palma.

**NAJAT EL HACHMI A "PESSICS DE VIDA".** L'escriptora catalana Najat El Hachmi és la convidada al cicle "Pessics de Vida", que té lloc a la sala d'actes del Casino de Manresa. El Hachmi és entrevistada per la periodista Susana Paz amb qui repassa moments passats de la seva vida. "No he sabut mai què vol dir la paraula *integració*", admet l'escriptora, que va



guanyar el Premi Ramon Llull al 2008. El cicle està organitzat per la demarcació de Catalunya Central del Col·legi de Periodistes.



Rosa Paz amb Najat El Hachmi

Foto: Anna Vilajosana

### 29 d'octubre

PREMI D'ECONOMIA A LA PERIODISTA MARGA MORENO. El premi Joan Sardà Dexeus a la millor trajectòria personal en la difusió de l'economia ha correspost a Marga Moreno, periodista d'El Punt Avui. Atorga el guardó la Revista Econòmica de Catalunya

del Col·legi d'Economistes. Filòloga de formació, Moreno treballa des de l'any 1986 com a periodista al diari Avui. La distinció s'atorga durant el tradicional Sopar dels Economistes al qual assisteixen tant el conseller d'Economia i Coneixement de la Generalitat, Andreu Mas-Colell, com el degà del CEC, Joan B. Casas.

### 30 d'octubre

LLIURAMENT DELS PREMIS GABINETES DE COMUNICACIÓ. El Viver del Rec a Igualada és l'escenari del lliurament de la setena edició dels Premis Gabinetes de Comunicació organitzats pel Col·legi de Periodistes. de Catalunya El Millor Pla de Comunicació és per a la Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya per la campanya "Tu formes part de la solució". D'altra banda, la Millor Estratègia de Comunicació Interna ha estat per a l'agència CatPress serveis de comunicació pel treball "Com combatre la síndrome 'Me n'assabento abans al forn que a la feina'" per a la Fundació Hospital Sant Bernabé de

Berga. Finalment, durant l'acte també s'entrega el premi al Millor Portaveu que recau en Belén Giménez, responsable de la Fundació Banc dels Aliments de Barcelona. Els premis Gabinetes de Comunicació es convoquen i s'atorguen cada any tenint com a referència el Manual de Bones Pràctiques elaborat pel grup de treball dels Gabinetes de Comunicació del Col·legi de Periodistes. L'acte inclou la celebració de la taula rodona "Invertir en comunicació és un bon negoci".



Foto dels guardonats d'aquesta edició

Foto: Xavier Serrano



mirave.es



**DRS. MIRAVÉ**  
CENTRE ODONTOLÒGIC

**TOTES LES ESPECIALITATS**



**SERVEIS INCLOSOS PER COL·LEGIATS/DES I FAMILIARS**

- Neteja dental anual
- Visites
- Revisions
- Visites d'urgències
- Rx intraorals

**ESPECIALISTES EN TOTES LES BRANQUES ODONTOLÒGIQUES.**

**PIONERS EN IMPLANTS DE ZIRCONI I ODONTOLOGIA HOLÍSTICA I KINESIOLÒGICA.**

La resta de serveis i tractaments, tenen tots els avantatges d'una pòlissa Dental Familiar tant per als Col·legiats/des, com per als familiars que convisquin amb ells/es Acreditació: carnet col·legial del CPC.



E08031263

- ▶ Muntaner 239, 1C 08021 Barcelona  
**T. 93 200 93 39**
- ▶ Indústria 7, Principal 08037 Barcelona  
**T. 93 458 45 99**
- ▶ info@mirave.es
- ▶ www.mirave.es



Posa't les ulleres de gènere

Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals.  
Una altra és fer-ho:

# Compte Expansió PRO.

## T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat\*.

0

comissions  
d'administració i  
manteniment.\*\*

+

3%

de devolució dels teus rebuts  
domèstics principals.\*\*\*

+

Gratis

la targeta de crèdit i de dèbit per  
titular i autoritzat.

+

Més de

2.300

oficines al teu servei.

Al cap i a la fi, som el banc de les millors empreses. O el que és el mateix, **el banc dels millors professionals: el teu.**

**Truca'ns al 902 383 666, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.**

[sabadellprofessional.com](http://sabadellprofessional.com)

El Compte Expansió PRO requereix la domiciliació d'una nòmina, pensió o ingrés regular mensual per un import mínim de 700 euros. S'exclouen els ingressos que provenen de comptes oberts al grup Banc Sabadell a nom del mateix titular. Si tens entre 18 i 25 anys, no cal domiciliar cap ingrés periòdic.

\* Fins a un màxim de 100 euros anuals per compte, amb la quota domiciliada. L'abonament es farà durant el mes de gener de l'any següent.

\*\* TAE 0%

\*\*\* Llum, gas, telèfon, mòbil i Internet, fins a un màxim de 20 euros mensuals), any rere any.  
Pot fer extensiva aquesta oferta als seus empleats i familiars de primer grau.



**Captura el codi QR i  
coneix la nostra news  
'Professional Informa'**

El banc de les millors empreses. I el teu.

“ Jo em refio d'Asisa  
perquè reinverteix  
en la teva salut.

No et sembla  
una bona raó? ”

A **Asisa** reinvertim els nostres beneficis  
en més serveis per als nostres assegurats.

- 10.981.869 consultes a especialistes
- 942.793 urgències hospitalàries
- 11.639 parts assistits
- 5.044.646 proves diagnòstiques
- 245.451 intervencions quirúrgiques
- 155.016 ingressos hospitalaris
- 348.294 consultes odontològiques

**asisa.es**  
**901 10 10 10**

**asisa** 

El nostre benefici és la teva salut

