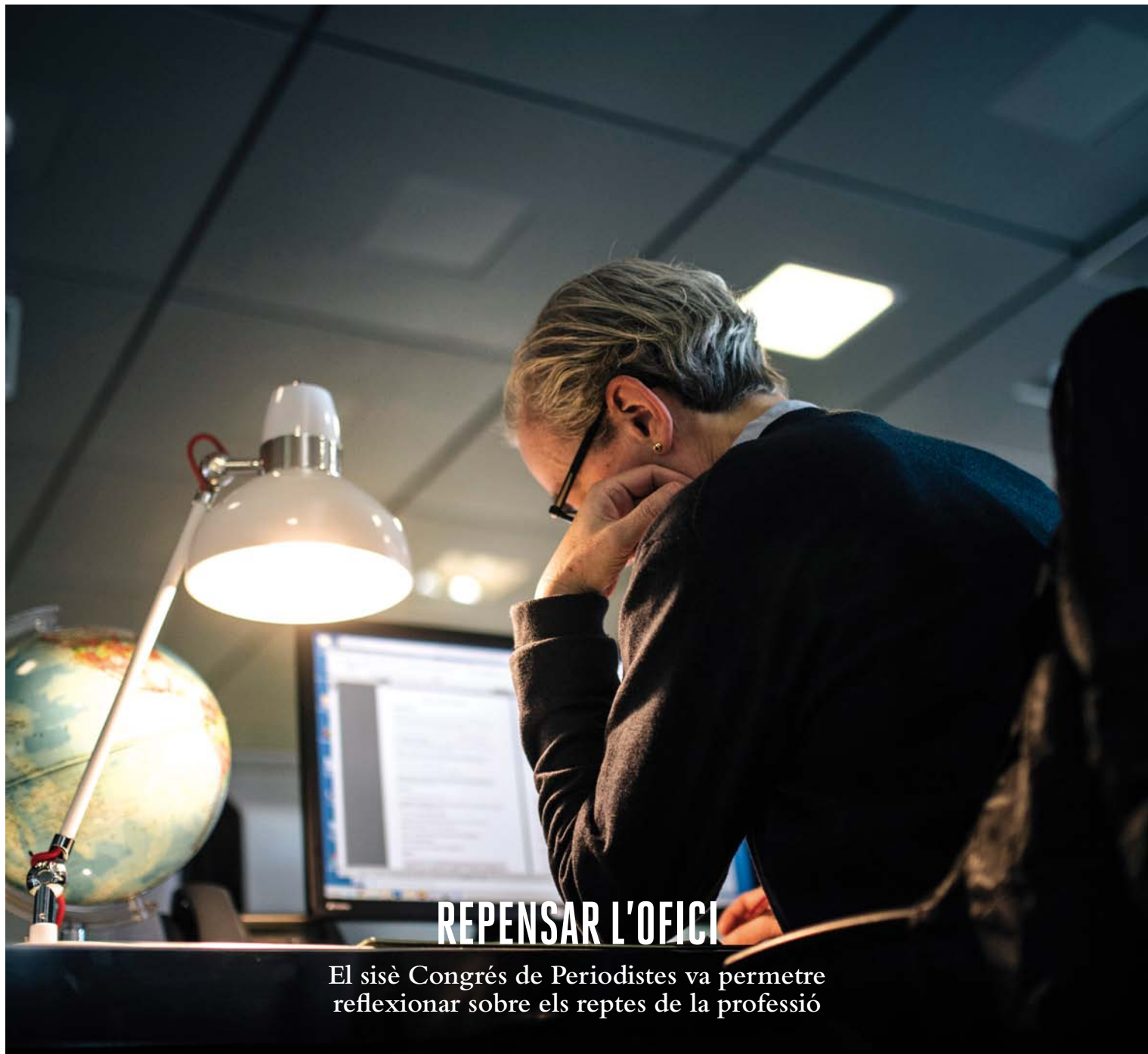


# ♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Gener 2017 · Núm. 174 · 4 €



## REPENSAR L'OFICI

El sisè Congrés de Periodistes va permetre reflexionar sobre els reptes de la professió

Saps què vol dir formar part del Dow Jones Sustainability Index?

El reconeixement a la feina de molta i molta gent

**CaixaBank** no tan sols ha tornat a ser inclosa entre les empreses més responsables del món, sinó que **ha superat la puntuació de l'any passat en l'indicador més exigent i prestigiós: el Dow Jones Sustainability Index.**

Aquest índex qualifica amb el màxim rigor les empreses per la **gestió social i mediambiental i pel bon govern corporatiu.**

Per això, volem donar les gràcies a tots els qui fan que el compromís que tenim amb els clients i la societat vagi, cada dia, més lluny.

MEMBER OF

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

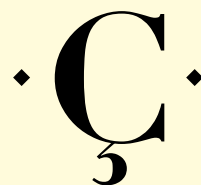
In Collaboration with RobecoSAM ●



**CaixaBank**



Patrocinador de  
l'Equip Olímpic



05

CARTA DE LA DEGANA

UN CONGRÉS PER REFLEXIONAR  
SOBRE EL PERIODISME I AVALAR  
EL CODI DEONTOLÒGIC

TEXT Neus Bonet Bagant

06

REPORTATGE

EVOLUCIÓ TEXTUAL

TEXT Adrián Caballero  
FOTO Vicente Pruna

10

REPORTATGE

LA BATALLA PEL RELAT

TEXT Joan Salicrú

16

ENTREVISTA

CARLES PUIGDEMONT

TEXT Jordi Rovira  
FOTO Sergio Ruiz

20

REFLEXIÓ

ESTÀNDARDS PER A LA INOVACIÓ

TEXT Josep Lluís Micó  
IL·LUSTRACIÓ Cristina Carrero

24

REPORTATGE

PERPETUANT L'ESTIGMA

TEXT Francesc Ponsa  
FOTOS Dani Codina

30

REPORTATGE

A LA RECERCA DE L'ERROR

TEXT Anna Galdón  
IL·LUSTRACIÓ Albert Pinilla

34

DOSSIER

UN CONGRÉS PER A UN NOU TEMPS

TEXT Eudald Coll  
FOTOS DOSSIER Jordi Salinas

42

DOSSIER

NOUS MITJANS, PERIODISME CLÀSSIC

TEXT Marta Arbós

48

DOSSIER

EL PERIODISME (IM)POSSIBLE

TEXT Laura Saula

52

DOSSIER

BUSCANT EL MODEL DE NEGOCI

TEXT Laura Saula

56

DOSSIER

EL FUTUR PASSA PER LES AULES

TEXT Alberto Gómez

60

REPORTATGE

UN LLARG I TORTUÓS CAMÍ

TEXT Óscar García  
FOTOS Sergio Ruiz

66

NOVETAT EDITORIAL

FILLES I VÍCTIMES DEL  
CANVI POLÍTIC

TEXT Núria Simelio

72

REPORTATGE

QUAN LES NOTÍCIES DE TELEVISIÓ  
ES FILMAVEN EN CINE

TEXT J.F. Escriuhela Niubó

78

PERIODISME AL MÓN

EL SILENCI DE LA INFORMACIÓ

TEXT Joan Palomes

84

WEBS / LA XARXA

Àlex Barnet

86

LLIBRES

Elena Serrano

88

LA FOTO

Anuar Patjane Floriuk

90

OBITUARIS

92

DIA A DIA

Sara Masó

98

COM ENS VEU...

Maria Corte

DOSSIER

VI CONGRÉS DE PERIODISTES DE CATALUNYA

REVISTA CAPÇALERA

Núm. 174

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

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, 1er · 08241 Manresa

T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN

DEGANA Neus Bonet

VICEDEGANS Marc Vidal, Sara Sans, Rafael

Gimena, Sílvia Tejedor, Joan Ventura i

Gonçal Mazcuñán

SECRETÀRIA Núria de José

TRESORER Josep Maria Martí

VOCALS Enric Badia, Jordi Basté, Juan Garcia

Bausa, Ramon Besa, Francesc Canosa, Sílvia

Cobo, Laura Fanals, Laia Forès, Teresa Turiera,

Mònica López Ferrado, Ismael Nafria, Jordi

Navarro, Alicia Oliver, Carles Prats, Jesús

Riverola, Raquel Sans, Jaume Serra

i Esteve Giralt

GERENT Martí Calsapeu

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89

ISSN 1135-1047

IMPRESSIÓ Ingoprint, SA

# NOUS SERVEIS, MÉS PERIODISME

DEFENSA DE LA PROFESSIÓ  
ACREDITACIÓ  
CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT  
BORSA DE TREBALL  
SERVEIS D'ORIENTACIÓ  
CENTRE DE DOCUMENTACIÓ MONTSERRAT ROIG  
REVISTA 'CAPÇALERA'  
REPORT.CAT  
SERVEIS COMERCIALS  
DISPONIBILITAT DE SALES  
GRUPS DE TREBALL  
BEQUES I PREMIS  
ACTIVITATS  
WEB



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

# UN CONGRÉS PER REFLEXIONAR SOBRE EL PERIODISME I AVALAR EL CODI DEONTOLÒGIC



Vull tornar a aprofitar aquesta tribuna per donar les gràcies a totes les persones que es van bolcar per poder celebrar el VI Congrés de Periodistes. Especialment, el personal del Col·legi de Periodistes arreu del territori que, una vegada més, van treballar com a un únic equip per fer possible que ens poguéssim tornar a reunir. I també a tots els col·legiats i col·legiades que hi van voler prendre part, van aportar les seves reflexions i ens han fet arribar les seves felicitacions. Gràcies sinceres.

És amb la suma de totes les vostres aportacions que podem fer un Col·legi més fort. Un Col·legi que necessitem, com més unit millor, per fer front als dos grans reptes que sacsegen el nostre ofici: la lluita contra la precarietat i l'aplicació del Codi deontològic, que durant el Congrés hem revisat, actualitzat i adaptat als nous temps.

“Se us ha girat feina” em deien en acabar el Congrés, perquè és cert que ens vàreu demanar de fer un congrés cada any o cada

**"AMB PRECARIETAT NO HI HA OFICI, NI DEONTOLOGIA, NI PERIODISME"**

dos anys. O que recuperem les jornades anuals de debat que havíem fet al Col·legi, però que, lamentablement, vam haver de deixar de fer per falta d'assistència. La Junta recollim els vostres suggeriments a través de dos grups de treball: el grup InterCongrés, i el grup Treball de lluita contra la precarietat.

Aquest darrer és especialment sensible i sí que feu falta totes i tots. Aquí sí que o sumem o no ens en sortirem. Amb precarietat no hi ha ofici, ni deontologia, ni periodisme. I ara és un bon moment per reivindicar el periodisme. Ho vaig remarcar en la inauguració del Congrés. La credibilitat marca la diferència.

Som en un moment en què tothom pot tenir veu pròpia a través de Twitter, Facebook, Wordpress, Tumblr, Snapchat, Instagram o qualsevol de les plataformes socials que poden sorgir en els pròxims anys. Aquest volum immens d'informació és impossible de digerir.



Foto: Jordi Salinas

Calen més que mai curadors, traductors, mediadors, experts, que adoptin un paper clau per distingir el soroll del que és realment rellevant. I aquestes persones han de ser per força periodistes capaços d'assumir-ne la responsabilitat professional i, sobretot, social. La professionalitat i la transparència porten a la credibilitat, aquesta a l'audiència, i l'audiència generarà nous models econòmics sostenibles. Ara bé, tot això queda en

no res, si el treball és en precari. Espero els vostres suggeriments.

Mentrestant, no us perdeu d'aquest número l'especial del Congrés i l'entrevista al col·legiat i president de la Generalitat, Carles Puigdemont, a qui agraeixo el suport que presta al Col·legi. Entrevista amb reflexions interessants, algunes, especialment en el cas dels blocs, des de la sana discrepància.

Ben cordialment,

**Neus Bonet Bagant**

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

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

# EVOLUCIÓ TEXTUAL

El text segueix sent essencial en la producció periodística digital, tot i la transformació de l'estructura de la informació

TEXT ADRIÁN CABALLERO  
FOTO VICENTE PRUNA

L'entorn digital no ha acabat amb el text ni de bon tros. Aquesta és una de les principals conclusions del *Digital News Report 2016*, l'informe editat pel Reuters Institute, que assenyala que prop d'un 60% de les persones escull llegir un article com a principal manera d'informar-se a Internet. Les noves narratives digitals, com les infografies interactives, les galeries o els *podcasts* –arxius d'àudio enregistrats per consumir en qualsevol moment–, es troben a les darreres posicions de la classificació.

Segons aquest prestigiós informe, tampoc han deixat de llegir els anomenats *millennials*, que és com es coneixen els joves nascuts entre 1980 i 2000, nadius digitals i molt relacionats amb les noves narratives. Una altra estadística, en aquest cas del Pew Research Center, apunta que els joves d'entre 16 i 35 anys prefereixen llegir la informació a consumir-la en vídeo o escoltar-la. Per contra, són els més grans de 45 anys els que asseguren sentir-se més còmodes amb la informació en vídeo.

Alguns dels pronòstics que es feien sobre el periodisme digital dels propers anys semblen, doncs, no complir-se. “El text té uns avantatges inqüestionables respecte d'altres formats”, exposa Ramón Salaverría, professor titular de Periodisme a la Universitat de Navarra, que resumeix

**Les estadístiques mostren com, malgrat la irrupció de noves narratives digitals, el text continua sent essencial per explicar què passa i per què. Els usuaris prefereixen un article a una infografia o qualsevol altre tipus de publicació. L'estil i l'estructura de la informació, però, presenta moltes novetats: hipertextualitat, jerarquia, titulars... Enmig de canvis constants, el text evoluciona amb l'objectiu de continuar sent el centre d'atenció.**

els avantatges en tres: econòmic (el text consumeix menys dades que el vídeo, i un 70% del trànsit d'Internet prové de mòbil

SEGONS EL DIGITAL NEWS REPORT, QUASI UN 60% DE LA GENT ESCULL LLEGIR UN ARTICLE COM PRINCIPAL MANERA D'INFORMAR-SE A INTERNET

o tauleta), de temps (estalviem temps llegint la notícia) i cognitiva (“el text és més fàcil de descodificar” pel nostre cervell, tal com apunta Salaverría).

## CANVIS EN EL REDACTAT

No obstant això, la manera de redactar ha canviat molt respecte al periodisme imprès, i fins i tot a l'inici del periodisme digital. L'anàlisi de comportament de l'usuari permet extreure conclusions

sobre com llegim a Internet (vegeu desglossament), fet que ha generat serioses revisions i canvis en la manera d'organitzar la informació en línia. “Traslladar els processos de redacció impresa al digital és insuficient”, adverteix Salaverría, crític amb les facultats de Periodisme actuals. Crítica que exemplifica amb la piràmide invertida, tècnica “de principi del segle XIX que per a alguns és encara un tòtem inamovible”.

Les facultats de Periodisme, apunta aquest investigador del Consell Mundial Educatiu de Periodisme (WJEC, sigles en anglès), “haurien de qüestionar certs principis i investigar noves tendències”. Una idea que no desagrada a Guillermo Giménez, sots-director de la versió espanyola del



*Huffington Post*, qui reconeix que, en tenir bona part del trànsit provinent de dispositius mòbils, des del mitjà n'adapten les publicacions a la forma de consum dels lectors.

## NOVES ESTRUCTURES

Entre els principals canvis que el text pateix a Internet hi ha l'extensió. Malgrat no haver-hi límit ("tenim infinit espai per escriure", il·lustra Salaverría), el temps d'estada a la pàgina del lector és en el que es basen mitjans com el *Huffington Post* a l'hora de limitar la llargada dels textos. "Procurem no fer notícies de més d'un foli i mig", confessa Giménez. També, al *Mundo Deportivo* reconeixen que primer

## EL TEXT CONSUMEIX MENYS DADES QUE EL VÍDEO, DEMANA MENYS TEMPS I ÉS MÉS FÀCIL DE DESCODIFICAR PEL CERVELL

publiquen la notícia al web i després l'adapten a l'edició en paper de l'endemà. "A Internet, comptes poder escriure tant com vulguis, malgrat que després s'ha de retallar la peça per ser publicada en paper", explica Carles Vila, editor web d'aquest diari esportiu.

L'estructura mateixa del text també ha variat al suport digital. Guillermo Giménez considera que elements com la piràmide invertida segueixen vigents en el seu mitjà, malgrat que farceixin "el text amb elements com piulades, alguna galeria o algun vídeo cada tres o quatre paràgrafs per facilitar-ne la lectura". Al *Huffington Post*, també han experimentat amb

estructures innovadores de text, com les llistes (les 10 coses que no sabies de...) o els directes –cobertura en temps real d'un fet concret– que, segons Giménez, funcionen molt bé. "Hem provat de publicar una mateixa informació en format clàssic i en format llista i es demostra que la llista funciona molt millor", afirma.

Aquestes noves estructures de la informació s'estenen per la majoria de digitals.

## CONTRA EL QUE PUGUI SEMBLAR, ELS JOVES ENTRE 16 I 35 ANYS PREFEREIXEN LLEGIR LES NOTÍCIES I ELS MÉS GRANS DE 45 ANYS MIRAR ELS VÍDEOS

Gemma Aguilera, redactora en cap d'*El Món*, reconeix l'efectivitat d'aquests nous formats, amb els quals també treballa el seu digital. Però per a Aguilera, qui va ser durant alguns anys redactora del setmanari imprès *El Temps*, la principal millora que aporta la redacció digital és l'hipertext, és a dir, la capacitat d'enllaçar una informació amb una altra.

"Al digital no cal contextualitzar-ho tot, pots enllaçar un concepte o una informació a un article anterior", comenta Aguilera, qui recorda que "en un mitjà imprès s'ha d'escriure molt per contextualitzar la informació".

## POLÈMICA AMB ELS TITULARS

Un altre canvi que ha patit la informació en els mitjans digitals es troba, sens dubte, a l'hora de titular. Al periodisme clàssic, segons Salaverría, el titular ha jugat tres funcions: informativa –què ha passat–, apel·lativa –captar l'interès del lector– i identificativa –per reconèixer una notícia per sobre de les altres. Amb Internet,

afegeix, "se suma una quarta funció, la hipertextual, és a dir, aconseguir clics en l'enllaç que permet llegir la notícia sencera". Aquesta darrera funció genera, en paraules d'aquest professor, "una perversió del titular". "Si una manera de titular et genera trànsit al web, sacrificues informació per guanyar visites", argumenta per alertar que el periodisme digital actual està deixant de banda la funció primordial del titular, la informativa.

Salaverría es refereix al fenomen conegut com *clickbait*, un anglicisme que en català s'ha traduït com *pescadics*, és a dir, generar titulars sensacionalistes per aconseguir visites al web. Al cap i a la fi, aquest és l'objectiu de qualsevol model de negoci dels mitjans digitals. "La clau de la victòria del Barça" o "La decisió

de Carme Forcadell respecte de la Diada" són dos titulars reals de mitjans catalans que exemplifiquen bé el canvi que viu el titular en el periodisme digital.

Però els mitjans relativitzen i justifiquen l'ús d'aquest tipus de titulars. "Les xarxes socials guanyen cada cop més pes en el trànsit del web i has de cridar l'atenció", admet Carles Vila, qui vol relativitzar l'ús d'aquest tipus de titulars. "No és tan abusiu com ens pensem", afirma. Tot i això, l'editor web del *Mundo Deportivo* destaca "un canvi de paradigma en la lectura de titulars". I és que, al no tenir cap mur de pagament ni cap contingut restringit, el model de negoci en línia de *Mundo Deportivo* necessita, avui dia, el màxim de clics.

Des del *Huffington Post* veuen l'ús d'aquest tipus de titulars des d'un punt de vista similar. "Si bé el titular de l'interior de la notícia és estàndard, necessitem que la gent faci clic i accedeixi al contingut", es justifica Guillermo Giménez, qui assegura que, a nivell de visites, és una tècnica que "funciona bastant bé". Malgrat tot, un cop el lector és dins la notícia, creu que el més important és "aportar valor" amb un con-





## UNA LECTURA DIFERENT

Els nous formats de text a Internet i les noves narratives digitals són una resposta a les noves tendències de consum dels usuaris. Ha canviat el temps que dediquem a la lectura a la Xarxa, el tipus de dispositiu des del qual ens connectem i, fins i tot, la forma en què llegim. No es llegeix de la mateixa manera al paper que a Internet. Si un llibre, diari o revista impresa la llegim de forma lineal, és a dir, d'esquerra a dreta i línia per línia, la lectura a Internet respon al conegut "patró en F".

Batejat per Jakob Nielsen, expert internacional en usabilitat, el patró en F és fruit d'un estudi sobre desenes de persones que mostra com, davant la pantalla, la nostra vista fa una lectura en F. És a dir, llegim la part superior de l'article (el que correspondria al titular) i, a partir d'aquí, la nostra mirada es clava a l'esquerra de la pantalla i descendeix esperant que les primeres paraules d'alguna línia l'atreguin per continuar llegint.

Aquest tipus de lectura és en el que es basen mitjans i pàgines webs de tot el món a l'hora d'organitzar la informació. I és que l'*eyetracking*, la tècnica d'estudi emprada per Nielsen, és una més de les estratègies d'anàlisi de comportament de l'usuari emprat pels mitjans per aprendre del lector i adaptar-s'hi.

tingut de qualitat. També s'expressa així Salaverría, qui considera que actualment "la fidelitat és més important que mai" i

## L'HIPERTEXT, PERMET NO HAVER DE CONTEXTUALITZAR-HO EN ENLLAÇAR UN CONCEPTE O INFORMACIÓ A UN ARTICLE ANTERIOR

denuncia molts casos d'estafa en titulars. "El titular diu una cosa i quan arribes a la notícia no es correspon", critica. Per a Salaverría, en un moment com l'actual, amb l'aparició de nous mitjans i blocs, és imprescindible aportar "una imatge de fiabilitat", que, segons ell, "molts pocs mitjans aconsegueixen".

## APOSTA SENSE PRESSUPOST

Ara bé, no tots els mitjans nadius digitals aposten per la tàctica del *clickbait*. "A *El Món* apostem per fer periodisme com a prioritat", argumenta Gemma Aguilera, qui senyala que només "molt puntualment" utilitzen aquesta tàctica. Els titulars, però, també han canviat a *El Món* respecte al que es feia no fa tants anys. "Ara són molt més interpretatius", explica Aguilera, qui creu que és així perquè "quan tots els mitjans treuen la mateixa informació,

o ets molt ràpid o li dones una volta a la notícia" per aportar més valor. La redactora en cap del quart mitjà digital

catalogà en nombre de visites considera que la funció que abans feia el titular s'ha traslladat a la primera línia del text. Això no vol dir, però, que el

titular hagi de caure en el sensacionalisme o la "provocació" del *clickbait*. Existeixen altres recursos, com els webs paral·lels de

## AL PAPER ES LLEGEIX LINEAL, MENTRE QUE A INTERNET CLAVEM LA MIRADA A L'ESQUERRA I DESCENDIM BUSCANT PARAULES QUE ENS ATREGUIN

contingut viral, pàgines del mateix diari, però amb capçalera, disseny i continguts diferenciats, que busquen aconseguir visites per mantenir el model de negoci.

Des d'*El Món*, reivindiquen el periodisme clàssic i la interpretació de la informació, tot i reconèixer que el futur passa per les noves narratives digitals. "Volem apostar per aquests nous llenguatges", afirma Aguilera, qui apunta a la falta de recursos ("som només sis redactors") com el

principal impediment per presentar més informació amb nous formats.

D'altra banda, segons Patrick Urbano, periodista i professor especialitzat en noves narratives digitals, la interactivitat, l'audiovisual i altres formats que potser encara estan per sortir poden transmetre la informació "d'una manera molt més atractiva", encara que adverteix que el text continuarà sent molt important "per aprofundir en les informacions", objectiu per al qual, adverteix, les noves narratives

no estan preparades.

Per contra, les facultats de Periodisme s'hauran d'adaptar per, com diu Salaverría, "oferir, fins i tot, una assignatura de

redacció per a mòbil, una altra per a tauleta, i així per a cada dispositiu".

Així doncs, el text continuarà sent essencial en el futur del periodisme digital, especialment per oferir peces interpretatives i explicar conceptes o fets complexos. Els formats i estructures de la informació, això sí, continuaran en constant estat d'innovació i canvi, motiu pel qual no podem encara saber com seran els textos d'aquí a uns anys. Ç

# LA BATALLA PEL RELAT

Cinc anys després de la fi de la violència d'ETA, la premsa basca segueix enfrontada, ara per explicar el que van viure durant quasi mig segle



Vídeo que, el 20 d'octubre del 2011, es va penjar al web de Gara on ETA anunciava "el cessament definitiu" de la seva activitat armada.

**La societat basca ha passat pàgina molt ràpid sobre el final de la violència d'ETA, anunciada ara fa cinc anys, però en els seus mitjans de comunicació segueix havent-hi una forta batalla per establir el relat del que va passar durant les quasi cinc dècades de lluita armada. Uns ho focalitzen en les víctimes, altres en els presos. Així doncs, no és del tot clar que s'estigui sortint del que alguns en un moment donat van definir com *periodisme de trinxeres*.**

TEXT JOAN SALICRÚ

El passat 20 d'octubre, es van complir cinc anys de l'anunci del final de l'ús de la violència per part de la banda terrorista ETA. Era el primer aniversari rodó que s'esdevenia i, en un altre moment, potser hauríem pensat que els mitjans haurien aprofitat l'ocasió per plantejar com la societat basca ha viscut aquest primer lustre en pau després de dècades d'una situació absolutament angoixant i dur a terme un gran desplegament informatiu.

Però no va ser així. “Los partidos discrepan sobre como gestionar el final de ETA”, es podia llegir a la portada d'*El País* en sisè nivell de jerarquització (el mateix dia –això sí– *El País.es* estrenava el documental *El fin de ETA*, producció del grup PRISA que insisteix en la importància de l'acció del govern Zapatero per acabar amb la violència). “Deberes pendientes tras cinco años sin ETA”, apareixia a la portada de *La Vanguardia*, en tercer nivell de jerarquia. Cap menció a la portada d'*El Mundo* ni a l'*ABC* ni a *La Razón*. Tampoc a *El Periódico*. Significatiu.

Es podria pensar, potser, que desapareguda la violència d'ETA, el conflicte basc ha desaparegut de l'agenda dels mitjans catalans i espanyols. I que els mitjans bascos dedicarien, aquests sí, portades i especials a l'efemèride.

Ara bé, tampoc va ser ben bé el cas. Només el diari més venut de tot Euskadi, *El Correo Vasco*, dedicava el tema principal de la portada a recordar el cinquè aniversari. Ho feia –i és força indicatiu– amb el testimoni d'una de les víctimes de la violència d'ETA, en concret de Jesús Ramos, la dona del qual va morir a la Casa del Poble de Portugalete pels còctels *molotov* llançats per “joves radicals”. Amb tot, ni tan sols el rotatiu del mateix grup Correo a Guipúscoa –*El Diario Vasco*– seguia aquesta línia: només a les faldilles de la portada, en un requadre, recordava l'efemèride: “Los partidos dan por afianzada la paz pero discrepan sobre el relato”. El relat.

Encara més significatiu: cap menció a la portada del *Deia*, el portaveu oficiós del nacionalisme basc. Cap referència a la portada del *Berria*, l'únic diari que s'expressa en basc. I, més sorprenent encara, cap notícia explícita sobre el tema al *Gara*, l'òrgan de

## GARA VA SER L'ÚNIC DIARI QUE VA OBRIR AMB LA SORTIDA A LA PRESÓ D'ÓTEGI. LA RESTA, UN ESTRANY SILENCI

premsa de l'esquerra *abertzale*, per bé que en aquella primera pàgina hi havia una notícia referida als “presoners bascos” i a una protesta contra Felipe González a la Universitat Complutense de Madrid recordant l'episodi dels GAL. El relat, de nou. Set mesos

enrere, el *Gara* va ser l'únic diari que va obrir a tota portada amb la notícia de la sortida de la presó de l'ex-líder de Batasuna, Arnaldo Otegi. La resta, un estrany silenci.

## VALORACIONS DIVERSES

Què es pot dir, doncs, de l'evolució del panorama dels mitjans bascos en aquests cinc anys? S'ha normalitzat la situació? Hi ha més llibertat per part dels professionals per parlar del que creguin oportú?

Els professionals consultats per a aquest reportatge de CAPÇALERA no ofereixen una foto clara –potser com no podia ser d'altra manera, tractant-se del País Basc– sobre la qüestió. Hi ha acord a parlar d'una certa normalització, de la mateixa manera que passa

## UNA PART IMPORTANT DELS DIARIS NO ES VAN FER RESSÒ DEL CINQUÈ ANIVERSARI DE LA FI DE LA VIOLÈNCIA

en el conjunt de la societat basca, però també hi ha veus que admeten que s'està iniciant una nova batalla –la del relat sobre què ha passat durant tots els anys en què la violència hi ha estat present– que ha vingut a substituir l'anterior confrontació en la interpretació dels fets.

Una nova batalla, potser fins i tot més cabdal que la pretèrita, en la mesura que molts bascos de les noves generacions ja no tenen experiència directa del període de la violència i s'acaben formant una opinió a partir d'algun dels relats circulants, més que no pas a partir d'uns debats pràcticament inexistent en l'àmbit familiar, on ha esdevingut un tema del passat a no remenar.

Potser qui dibuixa un panorama més optimista –tot i que amb l'aval de les dades i el treball sistemàtic d'anàlisi de continguts– és l'estudi *Prensa y conflicto vasco (1975-2016): Recopilatorio de actitudes y vicisitudes*, dels investigadors Txema Ramírez de la Piscina, Imanol Murua i Petxo Idoiaga, de la Universitat del País Basc, publicat a *Revista Latina de Comunicación Social*, el passat octubre. L'estudi assegura que el País Basc “ha superat l'etapa del periodisme de trinxeres que va dominar entre el 2000 i el 2011” i que s'ha entrat “en una nova etapa d'estancament de la qual no se sap massa bé quan en sortirem”.

Alguns exemples que ho il·lustren serien el canvi d'actitud manifestat pel grup Vocento (antic Grupo Correo, conservador i constitucionalista), el 2012. Els dos rotatius del grup Vocento (líder



Portades de diferents capçaleres basques on s'anunciava la fi d'ETA. La unanimitat a l'hora de coincidir en donar la notícia ja no s'ha donat tant en els anys posteriors.



de vendes a la premsa editada al País Basc) –*El Correo i el Diario Vasco*– van procedir a entrevistar també al líder de la il·legalitzada Batasuna. “Era l'exemple més evident que la distensió començava a donar fruits (almenys a la premsa basca)”, conclou l'estudi. Cal aclarir que, fins llavors, els líders de l'esquerra abertzale no eren entrevistats en aquests mitjans, especialment durant el període d'il·legalització.

L'equip de Ramírez també subratlla el paper que ha tingut el diari *Gara*, tradicionalment vinculat a l'esquerra abertzale, a l'hora d'afavorir el canvi estratègic dins de l'esquerra independentista, passant del suport, més o menys implícit, a ETA a

## L'ANTERIOR CONFRONTACIÓ EN LA INTERPRETACIÓ DELS FETS S'HA SUBSTITUÏT PEL RELAT DEL QUE HA PASSAT DURANT QUASI MIG SEGLE

posar-lo en qüestió. Una actitud que ha estat conreada des de molts anys abans pels diaris del grup Deia-Diario de Noticias, proper al nacionalisme basc en el poder, i per *Egunkaria* primer i *Berria* posteriorment, “que han donat espai a anàlisis crítiques amb ETA i l'esquerra abertzale i/o a collint testimonis de víctimes d'ambdós bàndols”.

Malgrat l'esperança que desprenen les seves paraules, Ramírez de la Piscina és el primer a admetre que la batalla pel relat –per com queda fixada la memòria del conflicte– és absolutament vigent

## EL 2012, ELS ROTATIUS DE VOGENTO VAN FER UN GEST DE DISTENSIÓ EN ENTREVISTAR EL LÍDER DE BATASUNA, UN FET QUE NO PASSAVA ABANS

en el món dels mitjans. “El relat importa i molt. Només cal veure la insistència que demostren algunes associacions de víctimes a presentar un relat en blanc i negre, amb vencedors orgullosos i vençuts agenollats que demanen perdó infinitament. És un error obstinar-se en aquesta actitud”.

Per a Ramírez de la Piscina, cal treballar un relat polifònic, “amb diferents veus, que sigui respectuós amb la veritat, però que no ignori cap tipus de víctima”, un procés que hauria de ser impulsat per les entitats cíviques –no per partits– i amb els mitjans en el paper de coadjuvants. Un esquema que no s'està donant ara mateix, perquè qui impulsa el procés de millora de la convivència són les institucions basques mentre els mitjans, com hem vist a l'inici, segueixen insistint a nodrir d'arguments les paròquies respectives.

De les seves paraules es pot deduir que els mitjans bascos estarien mimetitzant el desig de passar pàgina de la societat basca, una actitud que es concretaria en l'absència de grans cobertures en el cinquè aniversari del final de la violència d'ETA: "La societat basca vol passar pàgina ràpidament respecte del conflicte i les seves conseqüències. És una cosa comprensible des d'un punt de vista humà i, a més, vivim en una societat hedonista que estigmatitza el dolor. Tot i així, el dolor existeix i cal reflexionar a fons sobre les causes que l'han provocat. Si no ho fem, correm el risc que les ferides tornin a obrir-se en un futur proper".

## NORMALITZACIÓ... O NO

Fermin Aio és el director de la sèrie "sobre memòria crítica" *Las huellas perdidas*, estrenada aquest 2016 a Euskal Telebista amb la voluntat d'oferir "una reflexió crítica del passat en relació amb el terrorisme, la violència i les vulneracions dels drets humans des de 1960 fins a l'actualitat", segons la nota emesa per la televisió pública basca.

Aquest periodista es mostra d'acord en el fet que el món de la comunicació basca, com el conjunt de la societat, està "sortint de les trinxeres", seguint la tesi de Ramírez de la Piscina. "Abans, si et sorties un mil·límetre del discurs del bàndol anti-ETA passaves a ser l'amic dels terroristes. Si, per contra, contradeies l'esquerra *abertzale*, eres un amic dels torturadors. Ara tot això està canviant", assegura.

Si bé, el responsable de *Las huellas perdidas* no acaba d'estar d'acord amb la visió de l'investigador sobre una hipotètica suavització de les postures de les diferents capçaleres: "No sé si ho estem fent bé. Molts treballen, sembla, amb la voluntat de

## GARA ES VA SUMAR, COM HAVIEN FET ABANS DEIA, EGUNKARIA I BERRIA, A L'ANÀLISI CRÍTICA AMB ETA I L'ESQUERRA ABERTZALE

passar comptes" amb el que ha passat. Coincideix, això sí, amb les "ganes enormes d'oblidar que té la societat basca" es contagien a la premsa, malgrat que alguns com ell insisteixen en la necessitat de "fer un repàs de tot el que ha passat aquí".

En tot cas, Aio es posa d'exemple a si mateix per explicar com molts periodistes amb la distància del temps han pres consciència de l'horror que suposava la violència d'ETA i entona un cert *mea culpa* respecte de l'excés de normalització amb què es vivia aquella situació. "En aquells moments, gairebé cada setmana hi havia un atemptat, però llavors ho normalitzaves. Et posaves la cuirassa del professional... i semblava que parlessis d'un altre país, com si no tingués res a veure amb nosaltres. Ara, la veritat és que mires

tot allò amb horror", se sincera Aio, que va treballar de periodista a Euskal Telebista durant tots els anys noranta.

També, el periodista explica que, quan preparaven la producció de *Las huellas perdidas*, recordava com atemptats com els de Fernando Buesa o Gregorio Ordóñez en el moment que van ocórrer li havien "passat per sobre. Ara en canvi, penses: 'Com carai pot ser que ho visqués així?' Ara quasi diria que m'han afectat més que no pas llavors o en tot cas els he vist d'una altra manera, amb més horror". I ho concreta amb una anècdota protagonitzada fa uns anys per la seva filla, que llavors tenia nou anys i que

## "CAL TREBALLAR UN RELAT AMB DIFERENTS VEUS, RESPECTUÓS AMB LA VERITAT, PERÒ QUE NO IGNORI CAP VÍCTIMA" Txema Ramírez de la Piscina, UPV

es va 'colar' en un primer visionat del documental *Reconciliación* al menjador del seu domicili. "Érem a casa amb tot l'equip i tot i que jo no volia que ella ho veiés, va acabar entrant al menjador. Després de veure els primers quinze minuts, en què els testimonis del documental -víctimes d'ETA i d'altres grups terroristes- relataven les atrocitats viscudes, la meua filla va quedar absolutament impressionada i compungida. No entenia de cap de les maneres que per finalitats polítiques algú matés una altra persona", recorda Aio, i recorda que fins fa quatre dies al País Basc no era estrany ensopegar amb algú que precisament fes el contrari.

## CONFUSIÓ ALS MITJANS NACIONALISTES

A diferència de Fermin Aio, el realitzador de documentals com *Pluja Seca* (2011) o *Parlen els ulls* (2012), Gorka Espiau, afirma que la seva sensació sobre l'evolució dels mitjans de comunicació bascos no és tan positiva com apunta l'estudi de Ramírez de la Piscina. "Segurament, és veritat que hi ha coses que s'han superat i que es donen entrevistes a persones que abans no tenien espai en segons quins mitjans, però en general els mitjans de comunicació no han avançat al ritme que ho està fent la societat, que va molt per davant".

De fet, Espiau creu que les línies editorials dels mitjans "cada cop estan més distanciades, cosa que no ajuda gens a crear una situació diferent". Així, creu que mentre els mitjans del bloc constitucional aposten per establir el relat "de l'esclafament ETA, de la victòria sobre ETA", els mitjans del bloc nacionalista estan sumits en una gran confusió i ambivalència.

Espiau també critica la vocació dels mitjans del sector constitucionalista de confeccionar un relat segons el qual "no només ETA ha estat derrotada, sinó que també ho han estat les idees per les quals lluitava, que compartia amb altres grups" i lamenta que la confu-

sió domini en el camp nacionalista. “Tot l'àmbit del nacionalisme, no només l'esquerra *abertzale*, s'està reposicionant i hi ha canvis constants de discurs. Per tant, mentre els mitjans amb vocació espanyola tenen molt clar què volen explicar, el món nacionalista no ho sap gens”. Uns mitjans nacionalistes, d'altra banda, que Espiau no creu que cada cop tinguin més autonomia respecte dels partits per als quals actuen de portaveus oficiosos. “No hi ha una reconfiguració de fons del paper que haurien de tenir els mitjans en una democràcia avançada”, apunta.

Menció a part mereix, segons ell, la situació a Euskal Telebista. “Si fem una anàlisi objectiva de com la televisió pública basca ha tractat la violència es veurà que ha estat absolutament correcta. Però resulta que, arran de l'acord de govern entre el PNB i el PSE, es va pactar la incorporació de determinats periodistes propers a la tesi que diu que ‘en el passat no s’havia actuat correctament’”,

“GAIREBÉ CADA SETMANA HI HAVIA UN ATEMPTAT I HO NORMALITZAVES. ARA MIRES TOT ALLÒ AMB HORROR” Fermin Aio

apunta Espiau. Això provoca, segons aquest conegut realitzador de documentals, que dins Euskal Telebista coincideixin mirades molt diferents. “I això és bo”, afirma, tot i que lamenta que alguns hi siguin perquè “obeeixen consignes polítiques”.

## CONTRA ETB

Una persona clau en tot aquest entramat, l'ex-director general fins al 1999 d'Euskal Telebista, Bingen Zupiria, admet que la televisió pública basca podria estar pagant encara a hores d'ara una suposada tebior que els sectors constitucionalistes li han retret històricament.

“ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ NO HAN AVANÇAT AL RITME QUE HO ESTÀ FENT LA SOCIETAT, QUE VA MOLT PER DAVANT” Gorka Espiau

Zupiria, actual director del diari *Deia*, rotatiu proper al Partit Nacionalista Basc, recorda que almenys fins a l'any 2011 la cadena pública va patir el que ell anomena el fenomen “a por ellos”.

“Era un discurs polític que comença dos dies després del funeral de Miguel Ángel Blanco, en el qual es genera una pressió terrible sobre la televisió pública basca. Se'ns exigia, no ja que mostréssim el nostre compromís amb tot el que són els drets humans, sinó una bel·ligerància editorial contra el món de Batasuna. Que, per exemple, no se'ls donés la paraula, tot i que eren partits polítics legals”. “Això vol dir que no hi hagués una actitud suficientment clara contra la violència? No, però se m'exigia”, lamenta.

De totes maneres, en to conciliador, Zupiria apunta en el documental *Polifonia Basca* –presentat per Antoni Batista– que els



Antoni Batista conversa amb Bingen Zupiria al documental *Polifonia Basca*.



## DIÀLEG EN PAU

El passat novembre, el Col·legi de Periodistes, coincidint amb el cinquè aniversari de la fi de la violència armada a Euskadi, va acollir el cicle de diàlegs “El País Basc: 5 anys sense la violència d’ETA”, organitzat per l’Institut Català Internacional per la Pau (ICIP).

Els ponents dels tres col·loquis del cicle van ser els periodistes Martxelo Otamendi i Gorka Landaburu, el catedràtic Xabier Etxebarria, la membre de Bakeola Maider Martiarena; el president de l’ICIP, Xavier Masllorens; l’autor de l’informe sobre violacions de Drets Humans a Errenteria, Sabino Ormazábal; el bisbe emèrit de Sant Sebastià, Juan Maria Uriarte, i la membre de la Junta del Govern de l’ICIP, Magda Oranich.

mitjans de comunicació bascos tenen un rol important en el panorama actual. “Podem i tenim ganes de contribuir a la construcció de la pau”, assegura. En aquest sentit, Zupiria destaca la necessitat

## ELS MITJANS CONSTITUCIONALISTES DEFENSEN LA DERROTA D’ETA, MENTRE QUE ELS NACIONALISTES ESTAN CONFUSOS, AMB UN DISCURS GENS CLAR

de centrar-se en una de les principals conseqüències del conflicte, com són les víctimes, als quals, segons ell, els mitjans nacionalistes potser no havien prestat tota l’atenció necessària. “Parlo de recordar tots els patiments que hi ha hagut en aquest país. Les víctimes demanen l’oportunitat d’explicar les seves vivències i d’explicar els seus sentiments. I aquest nou escenari ens permet centrar l’atenció en això, com abans no es podia fer”, explica.

En aquest sentit, és representatiu el que va passar el passat 22 de novembre, durant un acte al Col·legi de Periodistes durant el cicle de diàlegs “El País Basc: 5 anys sense la violència d’ETA” (ve-

geu desglossament), quan Martxelo Otamendi, director de *Berria*, es va disculpar amb Rosa Lluch, filla d’Ernest Lluch –de qui el dia abans s’havien complert setze anys del seu assassinat–, per no haver mostrat en el seu moment les condolències per la mort del seu pare que, a més, era col·laborador d’*Engunkaria*, publicació que en aquell moment Otamendi dirigia.

Unes hores després, el mateix Otamendi va explicar en una entrevista pel 3/24 que la disculpa havia arribat molts anys tard, però que volia fer-ho quan estigués present un familiar de Lluch. “No vaig tenir la decència ni humana ni democràtica de trucar a la família o d’enviar-los un missatge a través de persones interposades per expressar-los les meves condolències i dir-los que allò havia estat un desastre”, va admetre Otamendi. El periodista basc va afegir que “els periodistes, i sobretot els que som directors

“ELS PERIODISTES, SOBRETOT ELS QUE HEM TINGUT RESPONSABILITATS, HEM DE RECONÈIXER QUE VAM FER COSES MALAMENT” Martxelo Otamendi, *Berria*

i hem tingut responsabilitats en mitjans de comunicació, hem de reconèixer no tant que ens vam equivocar sinó que vam fer algunes coses malament”.

Un lustre després de la fi dels assassinats d’ETA, Zupiria admet que a l’hora de confegir la portada del seu diari avui es pensa d’una altra manera. “L’absència de la pressió de la violència ens permet expressar-nos diferentment i de fer apostes variades. Avui, per exemple, parlem de temes que abans semblaven de segon grau, relacionats amb la convivència. O sobre temàtiques que no tenen res a veure amb el conflicte, però que han adquirit una gran notorietat, com la violència de gènere”, assegura.

Han passat cinc anys des de l’anunci de la treva “unilateral i indefinida” per part d’ETA. En aquest temps, el País Basc ha sofert un gran procés de transformació, fins al punt que sembla que hagi transcorregut molt més temps des que les armes van ser silenciades. Amb tot, això no significa que la batalla per explicar el perquè de tot plegat hagi anat a menys. Més aviat sembla tot el contrari. **Ç**

Més informació a:

[www.revistalatinacs.org/071/paper/1132/52es.html](http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1132/52es.html) → T. Ramírez de la Piscina Martínez, I. Murua Uriá, P. Idoiaga Arrospide (2016): *Prensa y conflicto vasco (1975-2016): Recopilatorio de actitudes y vicisitudes*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pàg. 1.007 a 1.035.

[www.ccma.cat/tv3/alcanta/mes-324/entrevista-a-gorka-landaburu-i-martxelo-otamendi/video/5633295/](http://www.ccma.cat/tv3/alcanta/mes-324/entrevista-a-gorka-landaburu-i-martxelo-otamendi/video/5633295/) → Entrevista a Martxelo Otamendi al 3/24.







# "SI EM PUNXEN, EM SURT SANG DE PERIODISTA"

**Carles Puigdemont ha treballat quasi tres dècades com a professional de la informació –es periodista col·legiat des de fa molt temps– i ja fa deu anys que exerceix com a polític. La seva trajectòria, doncs, ha tingut lloc en dos mons que, tot i mirar-se de reüll i amb desconfiança, sovint mantenen una intensa relació. En aquesta entrevista, el 130è president de la Generalitat de Catalunya reflexiona sobre alguns fets que, en els darrers anys i enmig de temps convulsos, han afectat el país, per una part, i la professió periodística, per l'altra.**

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTO SERGIO RUIZ

**De petit volia ser astronauta, una professió de prestigi, però va ser periodista i polític, dues professions desprestigiades...**

Quan, de petit, volia ser astronauta, totes tres professions tenien prestigi. I, almenys pel que fa a mi, en els tres casos els ha presidit la curiositat i les ànsies de progressar. Jo sóc vocacionalment periodista i encara que ara exerceixi de polític, si em punxen em surt sang de periodista. Tinc una mirada periodística del món i me'n sentiré sempre.

**En la inauguració del Congrés de Periodistes va dir que vostè conserva els "dos barrets". M'agradaria, però, que es tragués el de polític i em digués què pensa el Carles Puigdemont periodista dels blocs electorals?**

Jo sóc absolutament contrari a l'administració dels blocs electorals tal com estan avui perquè van en contra de l'exercici periodístic.

**I del bloc electoral en si mateix?**

No sóc tan radical com els que diuen que han de desaparèixer, perquè hem vist que

quan els mitjans privats han administrat la informació, realitats com l'independentisme català no tenen cap mena d'espai. I em sembla tremendament injust. Dit això, no és responsable anar cronòmetre en mà ni la prelació electoral, sinó que hi ha d'haver una combinació intel·ligent entre la llibertat del mitjà per administrar el contingut i la filiació legítima de l'editor del mitjà.

**I què en pensa del fet que Junts pel Sí votés amb PP i Ciutadans contra la proposta de la CUP que demanava que els Mossos no poguessin requisar les càmeres dels fotògrafs. Uns dies després, arran de les crítiques, Junts pel Sí va canviar el vot.**

Hem de distingir les posicions de fons de les trampes parlamentàries. Si volem un debat serè sobre el paper de la policia i dels mitjans en un moment en què col·lideixen un seguit de legitimitats, fem-lo. Però si ho volem reduir per empastifar la policia i acorralar-la com una força gairebé d'usos i pràctiques poc democràtiques que té la connivència d'un grup còmplice d'aquestes pràctiques, llavors no ens entendrem. Això

no té res a veure amb el debat de fons. I sobre aquestes trampes, no hi hem de participar. Perquè és una trampa. No perquè els interessi un debat de fons.

**Al rebre el Premi Nacional de Periodisme, Carles Capdevila va admetre que la principal decepció en cinc anys al capdavant de l'ARA havia estat descobrir que "els poders, tots, no suporten la llibertat de premsa", i va criticar el "desvergonyiment" amb què es reben "pressions i amenaces".**

Hi ha de tot. Jo puc parlar de la meua experiència. Primer com a periodista i ara com a responsable polític. I és bastant similar. Gent interessada a influir sobre el contingut, hi és, hi ha sigut i hi serà sempre. Perquè és humà. Això passa i m'ho he trobat. Un cop dit això, la majoria de les vegades no m'ha afectat. I com a polític sempre he intentat no exercir la posició de poder per fer qualsevol pressió. Prefereixo respectar i defensar un error, una anàlisi, una interpretació o un titular que respongui a l'actualitat, encara que no m'agradi. Per tant, no m'atreveria a dir que aquesta sigui la norma habitual.

## PERFIL

Carles Puigdemont Casamajor (Amer, 1962) va cursar estudis de Filologia Catalana i va exercir el periodisme sobretot a *El Punt*, on va ser redactor en cap. Va dissenyar i dirigir tant l'Agència Catalana de Notícies com la publicació *Catalonia Today*. És autor del llibre *Catalunya vista des de la premsa internacional* (Ed. La Campana, 1994). Des de 2006 es dedica a la política. Ha estat diputat del Parlament, alcalde de Girona i president de l'Associació de Municipis per la Independència. Des del 12 de gener de 2016 és el 130è president de la Generalitat de Catalunya. Està casat i té dues filles.

### Vostè va ser precursor de les noves tecnologies. La professió hi va a remolc?

Porta un endarreriment i els canvis l'han atropellat i rebregat una mica. A mitjans i finals dels noranta anava massa a remolc. Em sorprenia la indiferència o indolència amb què una bona part de la professió assistia al que era evident que era una revolució. Em va sorprendre que mitjans sòlids –alguns ara ho passen malament– gairebé banalitzaven Internet, i fins i tot se'n reien. Llavors hi havia un 5% de connectivitat a Internet a les llars catalanes, però estava cridat a tenir un creixement exponencial que impactaria de ple en l'ofici i provocaria un canvi profund. I el canvi va arribar en tromba en un sector poc preparat i que havia debatut poc. I una part dels problemes d'ara és perquè hem arribat massa tard i ens fan els canvis des de fora. Tenim poca sobirania en un món que va molt de pressa, és molt poderós i en el qual aspirem a sobreviure. Em sembla una trista resignació.

### Al Congrés de Periodistes també va dir que “el pamflet ha conquerit espais propis del periodisme que abans

### tenia el territori vetat”. Hem de fer una reconquesta?

Sí. I poso el cas del teletip. Abans als diaris, santuaris de la llibertat d'informació, entraven teletips, que havien passat molts filtres. No en dubtaves pràcticament mai. Avui ha estat substituït pel Twitter d'una manera furibunda. I no és el mateix. El teletip era un servei professional i el Twitter no, perquè no està pensat per a això. Si bé té una influència social que acaba colonitzant les redaccions, on domina, en gran part, la professionalitat i l'ètica, encara que són vulnerables i estan sent penetrades per eines en què la propaganda i el pamflet són molt eficaços. Ens hem de rearmar, enfortir-nos com a professió, conscients que treballem amb un material molt delicat, trencadís i fràgil però molt important. Per això, tinc la sensació que el pamflet i la propaganda

### "SÓC ABSOLUTAMENT CONTRARI A L'ADMINISTRACIÓ DELS BLOCS ELECTORALS ACTUALS PERQUÈ VAN EN CONTRA DE L'EXERCICI PERIODÍSTIC"

han conquerit espais propis del periodisme. I algunes coses són inquietants. No em sembla bé prohibir ni demonitzar, tot i així a vegades hi ha càirons a les televisions on es publiquen automàticament missatges enviats des de les xarxes socials. Doncs ho sento, però crec que un periodista ha de poder editar-ho i ser responsable del que es difon en aquell suport. Hem de tornar a agafar una responsabilitat que potser hem cedit.

### Per a aquesta reconquesta, millor anar plegats. Vostè fa anys que és col·legiat, però no sé si en la nostra professió massa gent prefereix anar per lliure...

Jo defenso la col·legiació i que el Col·legi de Periodistes és l'espai per defensar-nos com a professionals. Estaria bé que les empreses editores donessin valor a la col·legiació, a la interlocució amb el Col·legi quan hi ha un conflicte deontològic o un repte d'aquest tipus. Dit això, tampoc assenyalaré ni qualificaré d'intrús el professional que legítimament decideixi no col·legiar-se.

Amb tot, s'hauria de diferenciar el que, tot i ser un periodista solvent i seriós, ha decidit no col·legiar-se del que pot tenir pràctiques intrusives. Com a professió, hauríem de ser prou valents i, davant una mala praxi que ens perjudica, saber aixecar el dit i dir-ho.

### Parlem de la professió i el Procés. Quan escolto i llegeixo entrevistes que li fan periodistes de Madrid, sempre tinc la sensació que hi ha força desconeixement del que està passant aquí. A vostè li passa el mateix?

Absolutament, i no només amb periodistes. He tingut reunions a porta tancada amb gent molt rellevant amb els quals he quedat sorprès del nivell de les preguntes. I així els ho he dit. No pot ser que gent amb responsabilitats em facin preguntes del Procés pròpies de mitjans “cavernosos” indocum-

mentats. Hi ha un nivell que m'alarma i em decep molt. No demano reconeixement, complicitat ni que ho entenguin, però em sembla

imprescindible el dret i el deure de conèixer allò sobre el que vols informar. Al principi, podia entendre la desorientació, la distància, si bé a hores d'ara el desconeixement de coses bàsiques és descoratjador. També he trobat, però, excepcions lloables, persones que fan un esforç, que intenten fer un periodisme seriós i independent per presentar una mirada del que passa a Catalunya amb la distància lògica del professional.

### El Procés és tant polític com mediàtic?

És evident perquè, avui en dia, la política té una gran part de comunicació i mediatització. De fet, és difícil fer política sense un llenguatge comunicatiu. Però hi ha mitjans que ho simplifiquen dient que s'exagera mediàticament el que està passant. Doncs no. Ara, és evident que el Procés té un component mediàtic sense el qual no s'explica l'èxit aquí i a fora. Mai la imatge de Catalunya havia irromput amb tanta contundència, de manera tant continuada i preeminent als mitjans de comunicació internacionals.

## El joc brut polític té una corretja de transmissió de joc brut mediàtic. Li decep?

Per desgràcia sí, i molt. M'entristeix enormement veure la complicitat de mitjans de comunicació en el que descaradament ha estat una operació de joc brut. I si això ha de servir d'alguna cosa és perquè la majoria de mitjans que no participen d'aquest joc, però que s'hi han vist arrossegats, puguin establir una distància amb la manipulació sobre continguts manifestament fal·laços que no han passat els controls i filtres propis d'un treball periodístic. Tot això és molt seriós. Ara bé, si es vol participar com a actor de determinada estratègia, això ja no té res a veure amb el periodisme. I els professionals haurien de fer un esforç i saber-ho dir sense cap tipus de complex. De la mateixa manera que quan hi ha un polític corrupte se l'ha de separar, jutjar i aplicar-hi tot el pes de la llei, quan hem vist pràctiques que han fet molt de mal a la imatge i la credibilitat del periodisme, la professió també hauria de ser prou contundent per saber separar la bona i la mala praxi.

## El Report.cat, setmanari digital del Col·legi, va analitzar la cobertura de les dates claus del Procés per part dels principals diaris a Barcelona i Madrid. Una conclusió era que la premsa conservadora i centralista no va publicar ni un sol article d'opinió a favor del Procés i la premsa sobirana ni un en contra...

El que passa és que si analitzem els pesos i les mesures, hi ha una desproporció brutal a favor de la premsa unionista. La premsa que dóna suport a la independència té una

## "NO POT SER QUE GENT AMB RESPONSABILITATS EM FACIN PREGUNTES DEL PROCÉS PRÒPIES DE MITJANS 'CAVERNOSOS' INDOCUMENTATS"

difusió i un pes determinat però la unionista té un pes enorme. El buit i el silenci que representa que en el conjunt de la premsa unionista —pràcticament tota l'espanyola— no hi hagi cap veu que expliqui el que està passant

a Catalunya és infinitament superior al que hi pugui haver en una part, no majoritària, de la premsa de Catalunya. Perquè aquí la premsa majoritària i els mitjans públics sí que els donen veu als unionistes. I, a vegades, amb una representació molt superior a la que els donen els resultats electorals o les enquestes.

## A TV3, uns l'acusen de parcial i altres asseguren que dóna veu a tothom, a diferència del que passa a les cadenes espanyoles.

Només demano que la gent compari les tertúlies i els informatius dels mitjans públics catalans i espanyols. Algú pot aguantar la mirada quan està dient que aquí

## "M'ENTRISTEIX VEURE LA COMPLICITAT DE MITJANS DE COMUNICACIÓ EN EL QUE DESCARADAMENT HA ESTAT UNA OPERACIÓ DE JOC BRUT"

discriminem les opinions diverses que hi ha a Catalunya? És rotundament fals. És una calúnnia interessada formulada per gent que desconeix la nostra realitat o que no té interès a conèixer-la. I, per tant, tant en un cas com en l'altre, no està autoritzat ni té autoritat moral per defensar els interessos de Catalunya.

## En una Catalunya independent, què canviaria del nostre ecosistema mediàtic?

Nosaltres hem de reforçar el nostre sistema de mitjans públics i poder tenir uns mitjans de la Corporació degudament dotats que facin la funció de servei públic en un país petit com el nostre, fàcilment colonitzable per productes de fora. Ens hem de reforçar molt perquè no hem d'oblidar que el sistema de comunica-

ció, i sobretot l'audiovisual, és una indústria cultural de primer ordre. I hem d'incentivar un teixit de creadors, de professionals en l'àmbit audiovisual, que puguin competir en el món. Aquest país ha demostrat tenir talent

per fer-ho. I no hem de renunciar a res. Per tant, necessitem elements que només dóna un Estat i que no els hem pogut tenir com a comunitat autònoma.

## Parlem ara del seu futur professional. Vostè no es vol tornar a presentar i ha estat crític amb les portes giratòries però, sincerament, em costa d'imaginar en Carles Puigdemont, expresident de la Generalitat, treballant en una redacció...

A mi no em costa d'imaginar, però això no passarà. Perquè ningú em contractarà en una redacció ja que, encara que ho fes bé i el mitjà ho fes amb tota l'honestedat del món, ningú es creuria aquell esforç de professionalitat. I, per tant, no sé si seria positiu per a ningú. Amb tot, m'agradaria continuar fent coses en l'àmbit de la comunicació, tot i que sé que serà

difícil, perquè aquesta etapa de president de la Generalitat ha provocat que se'm desgavellessin alguns plans que tenia i que ara no podré portar a la pràctica.

## Com per exemple?

Al juliol del 2011, ja vaig dir que seria alcalde de Girona un màxim de vuit anys i que després volia dedicar-me a pensar sobre cap a on va la comunicació a partir de l'experiència pública i privada en un món canviant. Fins i tot havia escrit coses en aquest sentit. Òbviament, ja no ho podré fer. Però ja decidí que faré perquè ara tot plegat és massa sobtat i ràpid com per tenir perspectiva. Tinc ganes de tornar a Girona a recuperar part de la normalitat de la meua vida. Aquest és un camí que tinc molt clar. Jo he vingut a fer una feina determinada per un temps i uns objectius determinats. I aquí s'acabarà la meua responsabilitat. I en assumir el càrrec, n'assumia les conseqüències.

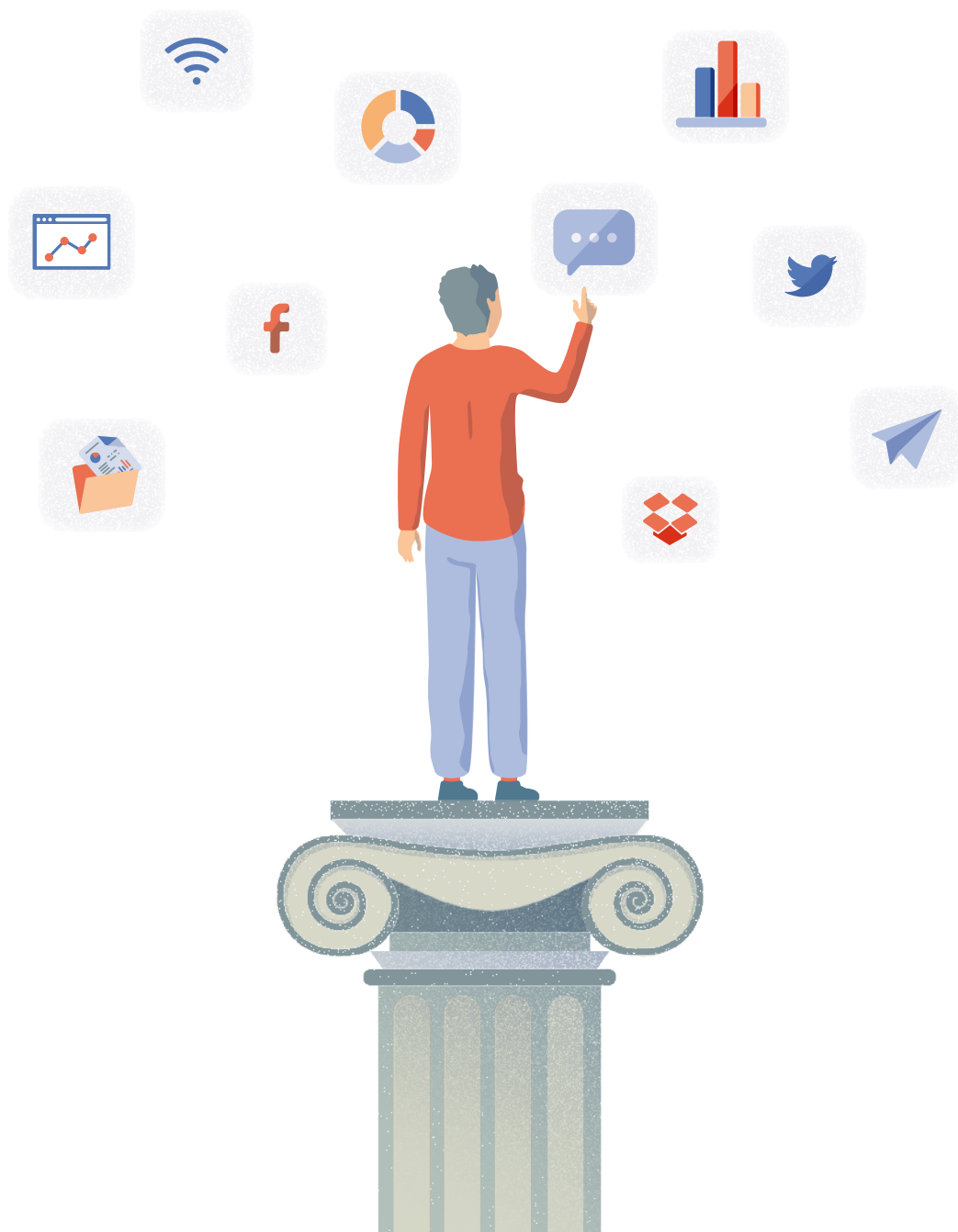
## Si no pot tornar a ser periodista sempre es pot fer astronauta.

(Riu) M'agafa una mica massa gran, tot i que és una experiència a la qual no penso renunciar mai! Ç

# ESTÀNDARDS PER A LA INNOVACIÓ

Les bases històriques de la professió, enfront de les novetats tecnològiques

TEXT JOSEP LLUÍS MICÓ  
IL·LUSTRACIÓ CRISTINA CARRERO



**Ha canviat allò substancial i essencial del periodisme davant l'allau de novetats que ha comportat el paradigma digital? Josep Lluís Micó, catedràtic de Periodisme de la Universitat Ramon Llull, reflexiona en aquest article sobre si, davant els nombrosos canvis tecnològics que la professió està vivint en les últimes dècades, s'estan respectant o no els estàndards històrics socials, polítics, ètics i deontològics de l'ofici.**

Els professionals de la premsa mostrem i interpretem els fets d'interès mentre estan esdevenint o quan han acabat de donar-se. Aprofitem les potencialitats de cada suport per elaborar un discurs a partir del que hem percebut a través dels nostres sentits i/o de material provinent d'altres vies. Les nostres notícies, entrevistes, reportatges, cròniques, crítiques, etc. no sorgeixen aïlladament. Alimenten el torrent de l'actualitat que proporciona als ciutadans la informació necessària per desenvolupar-se en el seu dia a dia.

Ni els capítols crucials de la història ni les crisis econòmiques ni els successius avenços tecnològics han aconseguit alterar aquesta essència. Milers de milions de notícies separen el telègraf i la realitat virtual, la Guerra d'Independència dels Estats Units i els atemptats terroristes de l'11S... Però el característic del periodisme ha romàs en aquest temps i malgrat els incomptables invents i canvis operatius que s'han aplicat a la captació, la confecció i la difusió de la informació.

Per què no s'ha modificat allò nuclear en una activitat en què la mutació és consubstancial, en què l'atzar i l'accident són part del procés? Perquè es tracta d'un ofici amb estàndards, és a dir, perquè descansa sobre uns patrons i uns models de valoració que ens serveixen, als que l'exercim, per decidir què fer en cada tessitura i improvisar sense traïr la nostra comesa.

En les dues últimes dècades, a causa del desplegament d'equipament i de perfils registrat en el sector, hem assistit a una allau

bibliogràfica sobre aquests assumptes. Aquells que hem ajudat a incrementar aquest repertori temàtic, en general, ho hem fet amb bones intencions. Internet, els dispositius mòbils, les xarxes socials, el *big data*, la intel·ligència artificial, etc. ens han obert, als periodistes, als investigadors i als usuaris, uns interrogants tan excitants com el camí que estem seguint per tancar-los.

Si acceptem que les descripcions i les recerques de naturalesa digital són les dominants, arribarem a la conclusió que, en paral·lel, convindria prendre una certa distància per analitzar si

## EL CARACTERÍSTIC DEL PERIODISME HA ROMÀS, MALGRAT INVENTS I CANVIS EN LA CAPTACIÓ, LA CONFECCIÓ I LA DIFUSIÓ DE LA INFORMACIÓ

estem respectant els estàndards històrics —socials, polítics, ètics, deontològics...— de la premsa. En parlar exclusivament de l'últim de l'últim, se'ns oblidava allò que va ser primer. No obstant això, és obvi que, abans de l'últim, va el primer.

## EL PAPER DE LA PREMSA

Cal estudiar el món tecnològic i les seves conseqüències sobre els mitjans, és clar. Tanmateix, també hem de recordar el que fins ara ha estat irrenunciable, per comprovar si continua sent així. Els que millor poden il·luminar aquest trajecte cap a la innovació són



els que van discutir sobre l'intrínsec en la informació, la majoria de vegades, en suport imprès, quan els actors d'avui encara no ens ocupàvem, de la vessant tecnològica. Milers de reporters, fotògrafs, càmeres, muntadors, guionistes, locutors, maquetadors, dissenyadors, gestors de comunitats digitals, etc. i els respectius caps treballem en aquesta indústria sense temps –i potser sense ganes– de recuperar els apunts de la universitat o de repassar els manuals ineludibles. Per sort, això no vol dir que, a tots, ens hagin marxat de la memòria els estàndards sobre la nostra funció i els nostres límits que vam interioritzar en un moment donat.

Sabem que, com va dir el filòsof Alexis de Tocqueville, “el poder de la premsa ocupa el segon lloc, després del que té la gent”. I que un bon diari “és una nació parlant-se a si mateixa”, segons va indicar el dramaturg Arthur Miller. Per a l'editor Joseph Pulitzer, “només hi ha un mitjà per sostenir una democràcia pel que fa a la conducta individual, social, municipal, estatal i nacional, i aquest és mantenir el públic informat del que ocorre”.

Walter Lippmann, tan influent en la teoria com en la pràctica, va deixar escrit: “El periodista es veu més compel·lit cada dia a respectar i observar les disciplines intel·lectuals i el cos de saber

organitzat que posseeix l'especialista en qualsevol camp”. Aquest judici entra en contradicció amb el que va detectar Margarita Rivière: “Proliferen suposades notícies i reportatges sense signatura que són mers comunicats d'agents de relacions públiques o gabinets de premsa”.

Aquestes i moltes altres declaracions constitueixen les bases i els estàndards d'un ofici que, en paraules de la professora Angela Phillips, no s'hauria d'admirar per “l'èxit comercial”, sinó per “l'originalitat i la demostració d'autonomia”. La seva col·lega Mar de Fontcuberta ho va resumir en assenyalar que el paper de la premsa és “establir una consciència comuna”, i “no s'ha de confondre amb estratègies comercials dedicades a captar públic a qualsevol preu”.

## EL PERILL D'ALLÒ FÀCIL

L'esclat digital ha fet visible la pèrdua del monopoli dels mitjans convencionals sobre la informació. Els consensos –ja siguin explícits o implícits– entre empreses que es podien donar fa uns anys per no abordar alguns temes delicats són més difícils. Els navegants es veuen forts. Conceptes com *periodisme ciutadà* o *participatiu*, fenòmens com el ciberactivisme, eines com les xarxes socials i estris com els dispositius mòbils ho constaten.

Els mitjans han articulats mecanismes de participació de l'audiència i de personalització dels continguts. A més, gràcies a mètodes

## HI HA UNS PATRONS I MODELS DE VALORACIÓ QUE PERMETEN DECIDIR QUÈ FER EN CADA TESSITURA I IMPROVISAR SENSE TRAIR LA NOSTRA COMESA

com l'anàlítica web, es poden conèixer detalladament les preferències del públic. Són plataformes que promouen la intervenció dels individus i subministradors de dades que s'han erigit en un instrument de màrqueting inèdit en la història, vital en un sector que encara no ha trobat un model de negoci sòlid a la Xarxa.

Parlant d'estàndards, el més recomanable és ser transparent i argumentar per què un esdeveniment concret és digne de ser

elaborat com una notícia o no. Les companyies periodístiques no ens diuen sempre què hem de pensar, això no obstant, sí que ajuden a dilucidar els assumptes sobre els quals hauríem de fer-ho. Perquè continuï sent d'aquesta manera, els mitjans han d'assumir-ne la responsabilitat. Han de fer pedagogia periodística, ja que això equival a fer pedagogia democràtica.

El risc d'abandonar-se a la solució fàcil és més evident que mai. A curt termini, és rendible oferir-li, a l'audiència, allò que desitja: perquè és divertit o es consumeix sense necessitat de madurar gaire, perquè és morbós i desencadena clics instantanis, etc. Amb tot, cal que hi hagi capçaleres impreses, canals audiovisuals i webs que, sense renunciar a la viabilitat econòmica, s'allunyin d'aquesta tendència, a favor d'una funció més conscient, sensata i cabal. Si totes les empreses competeixen en qualitat a la baixa, on aniran a informar-se els lectors, espectadors, oients i internautes més exigents?

## PROCESSOS DIFERENTS

Quan parlem de periodisme i mitjans, hem de ser capaços de distingir entre els processos que són inevitables i aquells que són el producte de decisions intel·lectuals. Els resultats de les grans transformacions socials i tecnològiques pertanyen al primer conjunt. Si ens dediquem a aquest sector o simplement hi tenim alguna relació, no en podem ser aliens; ens agradin o no, ens afecten. Quant a la segona categoria, ens hi trobem determinacions que poden ser criticades, rebutjades o, fins i tot, ignorades.

Per exemple, el treball amb grans volums d'informació —el que es coneix com a *big data*— és inevitable. Qui s'oposi a l'anomenat

## EL RISC D'ABANDONAR-SE A LA SOLUCIÓ FÀCIL ÉS MÉS EVIDENT QUE MAI. PERQUÈ ÉS DIVERTIT, MORBÓS I DESENCADENA CLICS INSTANTANIS

*periodisme de dades*, no com a única manera d'exercir aquesta professió —en absolut!—, sinó com a gènere o format que superarà la consideració de moda, quedarà enrere en l'evolució històrica dels mitjans, la comunicació i la cultura.

Aquesta modalitat, que permet explicar fets enormement complexos a partir de l'anàlisi acurada de material massiu, pot modificar la nostra concepció del món. En aquest context d'innovació, l'aprenentatge de les màquines —*machine learning*— i la intel·ligència artificial no són amenaces, sinó que es converteixen en aliats excepcionals. Aprofitem-nos-en. Però amb seny i d'acord amb els estàndards.

Destacats teòrics i professors d'universitats nord-americanes tant prestigioses com Columbia, Stanford o UCLA han coincidit a assegurar que el *big data* millorarà el periodisme d'investigació. En

## NO HEM DE CARREGAR-NOS AMB MÉS FEINA, SINÓ RECOBRAR LA INTEL·LIGÈNCIA COL·LECTIVA SEGONS ELS ESTÀNDARDS I ELS CLÀSSICS DE LA PREMSA

els respectius discursos, hi ha un mateix element latent: cal (re) aprendre a operar en equip i/o xarxa per així obtenir peces diferents de les actuals. Diferents del que publica la resta de mitjans de comunicació o informadors; diferents del que difon la pròpia organització.

Aquesta és la raó per la qual és tan aconsellable que s'articulin laboratoris en el si de les companyies periodístiques. En general, els professionals d'aquesta indústria porten a terme moltes tasques simultànies en condicions —econòmiques, laborals— precàries. Per afrontar amb garanties d'èxit aquests reptes, no hem de carregar-nos amb més feina, sinó recobrar la intel·ligència col·lectiva segons els estàndards i els clàssics de la premsa.

El grup està tornant a ser la unitat de producció de referència. Tots els integrants han de tenir nocions dels ítems bàsics: dispositius mòbils, realitat virtual, Internet de les coses, *wearables*, robòtica... El redactor —o com se li digui en el futur— no serà el màxim —o l'únic— responsable de cada àrea. Sovint serà el director de l'orquestra, no l'home orquestra. Aquesta no és una reflexió gremial o corporativista. Incumbeix el conjunt de la societat. No hi ha democràcia sense informacions de qualitat i sense interpretacions fonamentades. Podem afirmar que en el present abunden aquests continguts? Pensem-hi. Ç

# PERPETUANT L'ESTIGMA

Els mitjans mantenen els enfocaments equivocats o esbiaixats  
sobre la discapacitat intel·lectual i la salut mental

TEXT FRANCESC PONSÀ  
FOTOS DANI CODINA



Un participant a la competició de natació dels Special Olympics, que van tenir lloc a Vilanova i la Geltrú el 2012.



**En els darrers anys, els mitjans de comunicació han potenciat la inclusió de notícies relacionades amb la discapacitat intel·lectual i la salut mental. Tot i això, els temes referents a aquesta temàtica encara estan marcats per uns enfocaments erronis o senzillament esbiaixats que no són exclusius dels periodistes, sinó que estan arrelats en bona part de la societat. Diferents entitats, sovint amb la col·laboració de professionals de la informació, intenten reduir el pes de l'estigma en l'elaboració de les informacions.**

Amb el llenguatge s'integra o es margina. És la traducció de la nostra manera de pensar i de concebre les realitats que ens rodegen. Pilar Medina, doctora en Psicologia i professora de Comunicació a la Universitat Pompeu Fabra, considera que el llenguatge té un poder enorme. “La qüestió és si utilitzem el llenguatge per donar veu a la complexitat o l'utilitzem per emmarcar l'altre en una etiqueta molt tancada. El llenguatge no només defineix realitats socials, sinó que atorga judicis morals. I això pot ser una trampa. Però el llenguatge també transmet discursos emocionals. I aquesta és l'altra trampa: amb el llenguatge podem transformar l'altre en un altre odiós o condescendent”, afirma.

També, Jordi Serrat, doctor en Periodisme i professor a la Universitat de Vic, considera que la discriminació no és un problema exclusiu dels mitjans de comunicació, perquè l'estigma es troba arrelat en la societat: “El problema és que els diaris, les ràdios, les televisions i les xarxes socials molt sovint reproduïen comportaments estigmatitzadors”.

El Congrés Europeu de les Persones amb Discapacitat celebrat a Madrid l'any 2002 es va cloure amb l'aprovació de la “Declaració de Madrid”. L'article 6 d'aquest text diu textualment: “Els mitjans de comuni-

cació han de crear i enfortir aliances amb associacions de persones amb discapacitat, per millorar-ne la imatge en els mitjans de comunicació. S'haurà de potenciar la inclusió d'informació sobre persones amb

## EL PATERNALISME, LA INFORMACIÓ REDUCCIONISTA O NO TENIR PROU CONEIXEMENT DE LA SITUACIÓ PERSONAL DE CADASCÚ REFORÇA L'ESTIGMA

discapacitat en els mitjans de comunicació com a reconeixement de la diversitat humana [...] evitant enfocaments de condescendència o humiliants i centrar-se més aviat en les barreres a les quals s'enfronten les persones amb discapacitat i en la contribució positiva que les persones amb discapacitat poden fer quan s'hagin eliminat aquestes barreres”.

No obstant això, la *Guia d'estil sobre la discapacitat per a professionals de la comunicació*, realitzada per José Luis Fernández

Iglesias l'any 2006, alertava que els mitjans de comunicació tenen prejudicis i barres mentals a l'hora de tractar el món de la discapacitat: “Per l'enfocament o pel context, les informacions, a més d'escasses,

pequen de negativitat, sensacionalisme, victimisme o com-miseració”. Anys més tard, la diversitat ha guanyat visibilitat en els mitjans però, tam-

bé és veritat —assegura Serrat— que “els mitjans estigmatitzen quan presenten la discapacitat amb paternalisme, de manera reduccionista i sense prou coneixement de la situació personal de cadascú”.

## NO ÉS UNA MALALTIA

Èxit21 és un portal vinculat a la Fundació Catalana Síndrome de Down pensat, elaborat i executat per persones amb discapacitat intel·lectual. A més d'actualitzar diàriament el web amb continguts

## ELS AFECTATS CRITIQUEN QUE SOVINT ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ EQUIPARIN DISCAPACITAT AMB MALALTIA

propis, els redactors d'Èxit21 vetllen per un tractament mediàtic respectuós sobre la persona amb discapacitat. D'acord amb això, critiquen que sovint els mitjans de comunicació equiparen discapacitat amb malaltia. "Un està malalt quan té la grip o el xarampió, o quan té febre... ara bé, amb el tema de la discapacitat no és així. No estem malalts; simplement tenim algunes dificultats. Una persona amb discapacitat pot fer tot el que es proposi, com és el meu cas. Jo tinc paràlisi cerebral, visc independent i treballo en una empresa ordinària. A més, m'esforço a escriure articles a Èxit21 per conscienciar la societat", assegura Ana Caralt, una integrant del portal.

Un exemple flagrant de mala praxi és una notícia publicada al diari *20 Minutos* sobre una jove model amb síndrome de Down en la qual es podia llegir textualment: "Madeleine Stuart, australiana de 18 anys que pateix la síndrome de Down". Els redactors d'Èxit21 denuncien la relació que es fa de la Síndrome de Down amb el patiment: "No és cap malaltia sinó una alteració genètica que no es pateix, sinó que es té".

Altres errors habituals són utilitzar *discapacitat* com a substantiu en lloc d'emprar

termes menys absoluts posant la paraula *persona* davant o fer servir la paraula *normal* quan es compara la persona amb discapacitat amb un altre individu o col·lectiu social. En aquest supòsit, s'ha de dir *persones sense discapacitat* en lloc de *persones normals*.

### LLINGUATGE NEGATIU

El col·lectiu de persones amb discapacitat ha experimentat una ràpida evolució que els ha fet passar de la més absoluta ocultació a una situació que busca la normalitat. Tanmateix, aquests avenços no han anat acompanyats d'un canvi de llenguatge que permeti eliminar prejudicis i estereotips. El llenguatge no és només una

### LA VISIBILITAT DEL COL·LECTIU NO HA ANAT ACOMPANYADA D'UN CANVI DE LLINGUATGE SENSE PREJUDICIS I ESTEREOTIPS

qüestió de forma, sinó que també ho és de fons. D'acord amb això, el repte consisteix a suprimir les barreres mentals de la societat en relació amb la discapacitat. I aquestes estan íntimament relacionades amb el llenguatge que trasllueix una mentalitat negativa.

El terme *minusvàlid*, per exemple, encara està molt estès, gaudeix d'un gran calat cultural i, per tant, és difícil d'eradicar. Conté connotacions socials negatives i suposa una depreciació de la persona en tots els àmbits, incloent-hi un de molt important com és el laboral: "A ningú li agrada que el considerin 'minusvàlid', ja que la traducció literal significa menys vàlid. El mateix passa amb paraules com *subnormal* que, afortunadament, avui ja no s'usen. Hi ha, però, altres expressions més subtils que s'utilitzen sense pensar-hi de manera rutinària, encara que tampoc són adequades", assegura Jordi Serrat.

De la mateixa manera, Pilar Medina considera que l'ús d'un llenguatge no discriminatori vers els col·lectius vulnerables és una qüestió encara no resolta. "Hem d'escoltar-los i preguntar-los quina és la nova etiqueta que els sembla més respectuosa cap a ells", assegura.

Tanmateix, de vegades, no existeix consens en el si del propi col·lectiu. El Comitè Català de Representants de Persones amb Discapacitat (COCARMI) reivindica el concepte *persones amb discapacitat* arran

de l'ús cada cop més habitual per part d'administracions, entitats i particulars del terme *persones amb diversitat funcional*. El comitè basa

la seva posició en el fet que persones amb discapacitat és un concepte socialment reconegut que té l'emparrament de la Convenció de Nacions Unides sobre els drets de les persones amb discapacitat, aprovada el 2006 i acceptada per la majoria de països. Per contra, considera que el concepte de



El 25 de novembre de 2015, la plaça de Sant Jaume va acollir una manifestació per defensar els drets dels discapacitats intel·lectuals, convocats per Dincat.

*diversitat funcional* és ambigu i fa invisible el col·lectiu.

En l'àmbit acadèmic, s'han publicat molts treballs que demanen un tractament més respectuós de la diferència, sigui per gènere, orientació sexual, edat, religió, ideologia, origen i també per raons de discapacitat: "Encara existeix, però, molta confusió. L'altre dia llegia una columna d'un periodista de renom, molt conegut, que feia servir com a sinònims discapacitat intel·lectual i problemes de salut mental. I evidentment no és el mateix", afirma Jordi Serrat.

## TRASTORN MENTAL I VIOLÈNCIA

La confusió entre la discapacitat intel·lectual i els problemes de salut mental és

un altre error que apareix sovint en els mitjans de comunicació. Aquesta confusió ha arribat a generar informacions sobre

## EL TERME *MINUSVÀLID*, ENCARA MOLT ESTÈS, SUPOSA UNA DEPRECIACIÓ DE LA PERSONA EN TOTS ELS ÀMBITS

persones amb malalties mentals amb fotografies de persones amb discapacitat intel·lectual, i viceversa.

A diferència de la discapacitat intel·lectual, el trastorn mental no disminueix ni deteriora les facultats mentals, sinó que les altera de manera esporàdica. Si bé el tractament mediàtic dels problemes de salut mental tendeix a ser acurat i sensible,

de vegades, s'exagera el risc d'agressivitat, s'afavoreixen la por i la desconfiança i s'eixampla el buit del desconeixement

sobre els temes de la salut mental.

Obertament, aliança d'associacions que lluita contra la discriminació que pateixen

les persones a causa d'algun problema de salut mental, va posar en funcionament, el gener de 2013, el programa Alerta Estigma per alertar sobre l'emissió de missatges estigmatitzadors o ofensius sobre la salut mental des dels mitjans de comunicació.

La dinàmica frenètica de les redaccions per respondre a la pressió social de conèixer el que està passant davant de deter-

minats actes violents, ha portat a atribuir la causa a possibles trastorns mentals o a utilitzar conceptes de salut mental per definir situacions d'alarma i desconcert. "Hi ha d'altres raons que expliquen la violència o l'agressivitat que no sigui la salut mental. Si una persona amb diabetis comet un atemptat terrorista no es diu que el terrorista era diabètic", afirma Dani Ferrer, activista d'Alerta Estigma.

## SENSIBILITZAR LA PROFESSIÓ

En els darrers anys, Obertament ha iniciat tasques de sensibilització amb els professionals de la comunicació —que han comptat amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya— amb l'objectiu de construir conjuntament una visió no estigmatitzada de la salut mental:

"Al principi, fèiem treball de biblioteca, si bé sense contacte amb el periodista. Però

"HEM D'ESCOLTAR-LOS I PREGUNTAR-LOS QUINA ÉS LA NOVA ETIQUETA QUE ELS SEMBLA MÉS RESPECTUOSA" Pilar Medina, UPF

ara, com a connexió antiestigma, anem a trobar el professional, li donem exemples i trobem una certa receptivitat", explica David Garcia, periodista i activista d'Alerta Estigma.

Per complementar aquestes trobades, Obertament i el Grup de Periodistes Ramon Barnils han impulsat l'Observatori de Mitjans i Salut Mental. Les anàlisis de l'Observatori permeten concloure que

existeix una diferència considerable entre els casos en què la salut mental és el tema central de la notícia.

En aquest cas, s'aprecia un percentatge més alt de visions que afavoreixen la normalització. En canvi, quan és un

tema secundari, predomina de manera més notable la tendència a associar salut mental amb una imatge estereotipada i violenta. Set de cada deu notícies sobre fets violents parlen de problemes de salut mental.

L'any passat, Internacional va ser la secció que més va estigmatitzar. "Això es deu a l'actualitat. El 2015, va estar marcada per l'accident Germanwings, els atemptats



Hort de l'entitat Aspanias, ONG que es dedica als ciutadans amb discapacitat funcional, al barri de Sant Martí de Barcelona.

## SET DE CADA DEU NOTÍCIES SOBRE FETS VIOLENTS FAN REFERÈNCIA A PROBLEMES DE SALUT MENTAL

de París i els assassinats massius als Estats Units”, contextualitza Ariadna Rogero, responsable de premsa d’Obertament. En aquest sentit, els corresponsals sobre el terreny són els que cauen més sovint en l’ús poc rigorós de les fonts.

Poques setmanes després de la tragèdia de Germanwings, la societat catalana es va veure sacsejada pel cas de l’IES Joan Fuster de Barcelona. Un alumne va irrompre al centre armat amb una ballesta que havia fabricat ell mateix i va agredir mestres i companys, amb la dissort que un professor va rebre una ferida mortal. Segons l’Observatori de Mitjans i Salut Mental, la premsa va demostrar cura en el

no ha aparegut als diaris —, i cal contrastar que és veritablement complicat, segons les fonts especialitzades consultades, fer una avaluació mèdica amb garanties en escassament deu hores”, assenyalava l’Observatori en l’informe del 2015.

Pel que fa a la secció de Cultura, els periodistes usen conceptes metafòrics sense consciència que estan estigmatitzant. “Aquestes llicències contribueixen a crear un imaginari desproporcionat entorn de la salut mental, especialment pel que fa a l’esquizofrènia i la psicosi”, explica Dani Ferrer. Aquest és el cas de la crònica a *El Periódico* d’un concert que es va fer a Barcelona en la

qual s’assegurava que “pocs esdeveniments musicals combinen amb una esquizofrènia tan explosiva la fraternitat i la competitivitat com el *soundclash*”.

Amb tot, els experts assenyalen que encara queda molta feina per fer, tot i així, hi ha voluntat de millorar la representació mediàtica de la diversitat “escoltant tots els col·lectius”, explica Jordi Serrat, que destaca que això es pot aconseguir actuant amb “més empatia, sensibilitat i respecte”. També, Pilar Medina considera que aquest tema no tindrà mai una solució definitiva. “Anirem veient que en escoltar la veu de l’altre donarem lloc cada vegada a més grups. Això és anar incorporant la diversitat com a tasca obligada. I no té fi. Tots tenim dret a alçar la nostra veu”, conclou. Ç

## UN ERROR HABITUAL DELS MITJANS ÉS CONFONDRE LA DISCAPACITAT INTEL·LECTUAL I ELS PROBLEMES DE SALUT MENTAL

tractament del cas, però li va mancar una actitud crítica davant les declaracions precipitades durant la mateixa tarda dels fets de l’exconsellera d’Ensenyament, Irene Rigau, que va atribuir els fets a un trastorn mental del menor. “Un diagnòstic mèdic no s’ha de publicar mai per respecte al pacient, si no és en una sentència judicial —de fet, al marge de les declaracions de la consellera, el diagnòstic de l’autor dels fets

Més informació a:

[www.obertament.org](http://www.obertament.org) → Web d’Obertament

[www.exit21.org](http://www.exit21.org) → Portal d’Èxit 21 (Fundació Catalana Síndrome de Down)



# A LA RECERCA DE L'ERROR

Els verificadors de dades, un perfil a les redaccions tan important en alguns països com inexistent i desconegut a casa nostra

TEXT ANNA GALDÓN  
IL·LUSTRACIÓ ALBERT PINILLA



**Internet ha tornat a posar sobre la taula una professió que va viure l'època daurada als anys cinquanta, de la mà de revistes com la nord-americana *The New Yorker* o l'alemanya *Der Spiegel*: els verificadors de dades. Professionals que, línia per línia, paraula per paraula, comproven que tota peça publicable sigui veraç, que no hi hagi errors o que les declaracions que la farceixen tinguin consistència. Les noves tecnologies, i sobretot les falsedats de moltes de les informacions que s'hi publiquen, fan preguntar si la seva figura hauria d'haver desaparegut mai.**

A Andrew Young no li agraden els poemes. Quan un petit text literari cau a la taula d'aquest jove verificador de dades (*fact-checker*, en anglès), intenta que se'l quedi algú altre. No li agrada “torturar els pobres poetes” amb les seves comprovacions. No li agrada refutar fets d'una creació literària, fer canvis d'una peça artística o modificar-ne l'esperit bohemi. Però ho ha de fer. *The New Yorker*, revista per a la qual va ser cap de recerca, ho comprova absolutament tot: articles, historietes còmiques, ressenyes d'art, fotografies, poemes..., tot.

L'objectiu: trobar inconsistències, mentides o errors dels autors i fer que la peça sigui com més veraç possible millor. A Young, l'animadversió pels poemes li ve des que, fa uns anys, es va veure obligat a notificar al seu editor que el poeta de l'escrit que corregia s'havia inventat la quantitat de llum i fosforescència que emetien uns petits animals de Puerto Rico. El poema, evidentment, no es va publicar mai. “El text era bo –assegura el corrector– però la falta d'un sentit científic bàsic va fer que no fos apte per a la revista”.

Per molt estranya que pugui semblar l'anècdota al nostre país, la tasca dels verificadors de dades al món anglosaxó és cabdal, i hi ha mitjans que no publiquen res que no hagi passat pel temut llapis vermell d'aquests professionals. Sense anar més lluny, Young ha format part de l'equip de setze professionals que conformen el departament de *fact-checkers* de la famosa revista nord-americana. És l'equip de verificadors més nombrós d'un mitjà nord-americà, i segurament el més conegut.

Aquest departament realitza una de les tasques més laborioses i invisibles del periodisme dels nostres dies: verificar les notícies, les declaracions, els detalls dels articles... Fins i tot les afirmacions

dels entrevistats. Especialitzats per temàtiques, els professionals (majoritàriament periodistes) es reparteixen els textos que arriben a la redacció, truquen a totes les fonts per a comprovar declaracions, qüestionen la veracitat de qualsevol detall escrit i, si és necessari, pregunten i piquen a les portes que facin falta.

En tots aquests anys de professió, Young (que també ha passat per mitjans com la revista *Glamour*) ha arribat a parlar amb agents de la CIA i la Casa Blanca, s'ha posat en contacte amb la dona de García Márquez per comprovar una dada i no ha dubtat a trucar Hugo Chávez per a refutar unes declaracions seves.

Per suposat, els verificadors de dades són els únics que saben la identitat real de les fonts secretes dels periodistes. Tot, per assegurar que la informació donada no sigui fruit de la imaginació del redactor o estigui basada en argumentaris falsos. “La gent està disposada a pagar pel que fem perquè oferim una qualitat d'informació, periodisme i escriptura clarament superiors que la

## VERIFIQUEN LES NOTÍCIES, LES DECLARACIONS, ELS DETALLS DELS ARTICLES. FINS I TOT LES AFIRMACIONS DELS ENTREVISTATS

resta de continguts que s'escampen per Internet com la pólvora”, assegura David Remnik, editor de *The New Yorker* i guanyador d'un premi Pulitzer. “Si fóssim com qualsevol altre mitjà, el públic no pagaria pel que fem”, sentenciava l'històric periodista en una recent entrevista a *Jot Down*. Una opinió que comparteix a casa nostra Fernando García Mongay, director del Congrés Nacional de Periodisme Digital: “És una professió que aporta al periodisme de qualitat un valor afegit essencial”.

## PROTECCIÓ CONTRA DEMANDES

Però no tot és romanticisme. Hi ha una part pràctica, estretament lligada a una tradició també molt anglosaxona com són litigis. En un món en el qual les demandes estan a l'ordre del dia, els *fact-checkers* milloren la qualitat del producte, si bé també eviten futurs problemes. “En definitiva –afegeix Young– la nostra feina serveix per a protegir la revista. Tant de litigis com d'errors vergonyosos”.

Error com els que els últims anys han minat la credibilitat de gegants del periodisme com *El País* o *The Washington Post*. Errors que donen la volta al món i vénen, sobretot, de l'angoixant tempo que impera en les redaccions i imposa la nova era digital. "Els més comuns són noms mal escrits, càrrecs erronis o lleis citades inexactament, però la seva sola presència incrementa les possibilitats de donar informacions errònies", aclareix el galleg Xabier Fole, que va treballar com a verificador del *New York Times*.

Per sorprendent que pugui semblar, el departament més important de *fact-checkers* es troba al cor d'Europa. La revista alemanya *Der Spiegel* és, amb diferència, el mitjà que més recursos destina a comprovar dues vegades tot el que publica, incloses les fotografies. El departament de verificadors es va establir als anys cinquanta, compta amb unes vuitanta persones a jornada completa i està organitzat per àrees.

## UN SOMNI AL NOSTRE PAÍS

Per desgràcia, no tots els mitjans poden comptar amb un departament com el del *Der Spiegel* o el *The New Yorker*. Ja sigui per tradició, manca de pressupost o desconeixença, a Espanya la figura del verificador de dades no existeix, i no sembla que hi hagi interès per descobrir-la.

Molts professionals de la comunicació desconeixien per complet la temàtica o consideren que es tracta d'una figura "prescindible o innecessària a les redaccions", en paraules d'alguns dels editors i especialistes consultats per a aquest reportatge.

Ara bé, segons un estudi de Nieman Lab del 2009, més de la meitat de les històries publicades en xarxa contenen errors, i només un 2% són corregides. Scott Maier, professor de la Universitat d'Oregon, membre de l'Observatori Europeu de Periodisme

"LA NOSTRA FEINA SERVEIX PER A PROTEGIR LA REVISTA. TANT DE LITIGIS COM D'ERRORS VERGONYOSOS" Andrew Young, *The New Yorker*

i coautor del citat informe, és contundent: "El *fact-checking* és car, però la base d'un mitjà és la credibilitat. Els lectors presten atenció als errors, i quan els troben no només es compromet la credibilitat de l'article, sinó de tota la publicació. Es tendeix a l'exageració. Per tant, si comptes amb un professional eliminant tot el que pot estar malament tens moltes possibilitats d'estar elevat la confiança en aquella publicació. És així de simple."

A Catalunya i a Espanya, aquesta concepció és utòpica, i la professió ho considera un cost econòmic prescindible. "No tenim temps per dedicar-nos a fer el periodisme que voldríem perquè

## EL DEPARTAMENT DE VERIFICADORS DEL *DER SPIEGEL* COMPTA AMB UNES VUITANTA PERSONES A JORNADA COMPLETA I ESTÀ ORGANITZAT PER ÀREES

estem dedicant energies a la gestió empresarial", assegura Pere Rusiñol, exredactor en cap d'*El País* i actual responsable, juntament amb Andreu Misé, de la revista *Alternativas Económicas*.

Tot i que el mitjà beu d'un model estranger, el seu homòleg francès, Rusiñol ho té clar: "El dia que puguem dedicar-nos només al periodisme perquè l'empresa funciona, potser ens ho podrem plantejar". Una altra revista històrica és *El Viejo Topo*, publicació que tampoc ha comptat mai amb un sistema de verificació. "Aquí la responsabilitat recau en el periodista", explica l'editor, Miguel Riera.



### ENTONAR EL MEA CULPA

El món digital ha obert la porta a corregir sense informar el lector, a modificar sense notificar-ho. Per a l'elaboració de l'informe Nieman sobre la verificació al mitjans, Scott Maier i el seu equip van analitzar més de 1.200 articles amb errors. Van trobar correccions dels mitjans en només 23 d'aquests. El mateix any, el Pew Research Center va publicar un altre estudi en el qual assegurava que un 79% dels lectors creia que els mitjans no estaven disposats a admetre'n els errors, i que els canvis es realitzaven sense cap mena de notificació, sense entonar cap *mea culpa*.

I és que, tot i que cada vegada hi ha més iniciatives dedicades exclusivament a refutar notícies falses que corren per la Xarxa (com el diari [www.factcheck.org](http://www.factcheck.org), el portal [www.politifact.com](http://www.politifact.com), l'organització britànica [www.fullfact.com](http://www.fullfact.com), la ucraïnesa [www.stopfake.com](http://www.stopfake.com), ...), els mitjans són reticents a realitzar aquesta tasca públicament. La pregunta que sorgeix és clara: mina la reputació d'un mitjà publicar els errors propis, o aporta credibilitat? El debat està servit.



La situació es redueix, doncs, al criteri d'un sol professional. Si aquest no comprova les declaracions o les imputacions, cosa molt habitual en la frenètica carrera d'avui per ser el primer a penjar contingut a la Xarxa, l'article s'elabora, ja d'entrada, amb premisses no refutades. Per a Scott Maier, aquesta és una tendència en augment a totes les redaccions d'arreu del món, on la verificació

## SEGONS UN ESTUDI DE NIEMAN LAB, MÉS DE LA MEITAT DE LES HISTÒRIES A LA XARXA CONTENEN ERRORS, I NOMÉS UN 2% SÓN CORREGIDES

és cada cop més necessària i, paradoxalment, cada cop més residual. Maier recorda com, a l'inici, cap editor li hauria publicat un text sense revisió. "Avui, tanmateix, ningú té por a l'error", continua. "A peu d'article, els mitjans demanen als lectors que els



informin si troben incongruències i converteixen en verificadors els propis usuaris! És un fenomen molt poc recomanable".

Com també és poc recomanable publicar en temps real mentre un fet està tenint lloc, agafar referències de la Viquipèdia o il·lustrar textos amb fotografies que no corresponen als esdeveniments descrits. Males pràctiques que estan a l'ordre del dia. Internet és una eina poderosa que aporta torrents d'informació però que necessita, cada vegada més, d'especialistes entesos a destriar què és veraç, i què inventat. Els verificadors no reneguen d'Inter-

## LES MENTIDES QUE NO ES VAN DETECTAR

Malgrat la importància dels verificadors de dades als Estats Units, aquest país ha viscut alguns dels escàndols professionals més importants, com el d'Stephen Glass (Chicago, 1972) un periodista de vint-i-tres anys que treballava al prestigiós setmanari d'anàlisi política *The New Republic*. El 1998, Adam Penenberg, periodista de Forbes, va destapar les invencions d'un article ("Hack Heaven") que Glass havia escrit sobre una suposada convenció de pirates informàtics. Arran d'allò, es va saber que Glass s'havia inventat, parcialment o totalment, vint-i-una de les quaranta històries publicades al setmanari. El 2003, aquell cas es va convertir en una pel·lícula, *El precio de la verdad*.

Precisament aquell any, es va saber que Jayson Blair (Columbia, 1976), una de les joves promeses del *New York Times*, havia plagiat, copiat, inventat, exagerat i falsificat molts articles durant mesos. El president de la companyia, Arthur Sulzberger júnior va admetre que va ser "el moment més baix" dels 152 anys d'història del rotatiu, que va publicar una confessió a la portada i a quatre pàgines interiors. El problema havia estat que, enmig de la voràgine informativa digital, el *Times* havia apostat per un major rendiment dels periodistes amb informacions escrites al més ràpidament possible, cosa que va provocar un relaxament dels estrictes controls de qualitat.

net, l'aprofiten per a trobar experts, buscar contactes i comprovar còpies o falsificacions. S'han sumat al carro del canvi tecnològic i en treuen tot el suc possible, això sí, a una altra velocitat. Poden trigar tres dies per a revisar un paràgraf d'un article de 5.000 paraules i, tot i disposar de les noves tecnologies, no abandonen el llapis vermell ni la determinació perquè no se'ls escapi cap detall. A vegades, diuen, se senten com escarabats, "escorcollant entre tot allò que el periodista ja ha donat per tancat".

Poden, doncs, ser enrevessats i primmirats, i arribar a preguntar el més mínim detall, encara que realitzen una de les tasques menys agràides i invisibles de les redaccions, la que fa que els lectors segueixin confiant i escollint un mitjà o un altre. Tot, per estalviar als periodistes la vergonya d'haver ficat la pota públicament. Perquè, com diu David Remnick, "allò important en periodisme és guanyar-se la vida escrivint coses de les quals un no s'hagi de penedir". Paraula de Pulitzer. Ç

*Dossier*  
*VI Congrés de Periodistes de Catalunya*



# UN CONGRÉS PER A UN NOU TEMPS

El sisè congrés de Periodistes va abordar els reptes actuals de la professió i va presentar l'actualització del Codi deontològic

Va ser un divendres intens amb quatre-cents inscrits, quaranta ponents i quasi dotze hores de feina durant les quals molts van reflexionar, sense pèls a la llengua, al voltant de l'estat actual del periodisme a casa nostra. La sisena edició del Congrés de Periodistes de Catalunya, que va tenir lloc l'11 de novembre al palau Macaya de Barcelona, va permetre fer una fotografia de la professió adaptada als nous temps i, fins i tot, conèixer les actualitzacions del Codi deontològic. Va quedar clar que la professió s'enfronta a reptes importants i complexos. I que molts estan vinculats a la revolució digital.



TEXT EUDALD COLL  
FOTOS DOSSIER JORDI SALINAS

Dotze anys després del darrer congrés, els periodistes catalans van tornar a trobar-se per debatre sobre els reptes als quals s'enfronta la professió i analitzar les oportunitats que ofereixen els nous formats i les tecnologies de la informació. Havia arribat el moment, també, d'avaluar el nou Codi deontològic, repensat per actualitzar-lo als nous temps.

L'11 de novembre, el palau Macaya de Barcelona –cedit per l'Obra Social de La Caixa– va ser l'escenari del sisè Congrés de Periodistes de Catalunya. La trobada es va presentar com un moment per avaluar les “5R” que inspiraven el congrés: Reflexionar sobre el moment actual de la informació, Redefinir la professió, Recuperar la credibilitat, Repensar el Codi deontològic i Reivindicar el periodisme en majúscules.

L'acte, organitzat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, va durar quasi dotze hores, amb pauses incloses, durant les quals van intervenir una quarantena de ponents.

## ES VA APROFITAR EL CONGRÉS PER DONAR A CONÈIXER L'ACTUALITZACIÓ DEL CODI DEONTOLÒGIC, PIONER A L'ESTAT I ARA ADAPTAT A L'ERA DIGITAL

L'assistència va ser tal –quatre-cents inscrits– que es van haver d'habilitar els espais externs a la sala d'actes per seguir el congrés a través de pantalles.

### EL ROL DELS PROFESSIONALS

En algunes de les intervencions del matí va quedar clar que la professió es troba en un procés de canvi. I és que tant Neus Bonet, degana dels periodistes, en el parlament de benvinguda, com de Carles Puigdemont, president de la Generalitat de Catalunya i periodista col·legiat, en la inauguració del congrés, van fer referència al moment històric que viu la professió.

“Els periodistes són més necessaris que mai perquè la seva professionalitat i el seu

sentit ètic són el que dona credibilitat a les informacions, en un món en el qual qualsevol persona pot ser informador a través de les xarxes socials”, va dir Bonet, mentre que Puigdemont, –que va recordar la seva faceta periodística (“aquest és el meu congrés”)– va encoratjar a plantar cara a la “dictadura del clic” que només busca el titular sensacionalista. Segons ell, no la combatran les grans empreses que en viuen i per això va reclamar un periodisme

## EL NOU CODI DIU QUE NO ES PODEN MANIPULAR LES IMATGES DE FOTOPERIODISTES I QUE CAL MODERAR ELS COMENTARIS ALS WEBS INFORMATIUS

“conscient” en aquests “anys de trasbals en els quals Twitter colonitza l'imaginari dels mitjans”. “Qui pot plantar cara a aquesta pulsio és el periodisme”, va assegurar.

“Tothom genera informació, però qui es preocupa de tenir una societat de ciutadans informats? Això només ho pot fer el periodisme”, es va preguntar Puigdemont. “La propaganda i el pamflet –va afegir– han conquerit espais que abans tenien el territori vedat. I això fa que la societat no sigui millor democràticament. I la resposta davant d'això és el periodisme. Només hi ha una manera de fer periodisme i ha arribat el moment d'assumir aquest rol”.

### CANVIS AL CODI

Tot i que al Congrés es van abordar diferents temàtiques, l'ètica periodística a Internet va ser un dels aspectes centrals de la trobada, ja que va ser el marc en què es va donar a conèixer l'actualització del Codi deontològic, adaptat a l'era digital. El Codi –el primer aprovat a Espanya, concretament al segon Congrés de Periodistes, celebrat el 1992– segueix vigent, tal com va constatar el grup de treball responsable de l'actualització format per

Roger Jiménez –president del Consell de la Informació de Catalunya (CIC)–, Salvador Alsius, Lúcia Oliva, Santiago Ramentol i Moncho González Cabezas.

El Codi manté l'essència dels dotze punts que es van aprovar un quart de segle enrere, i la reforma –que va donar a conèixer Jiménez– ha tingut lloc a instàncies dels problemes amb què s'anaven trobant els professionals de la informació. I és que

a l'abril del 2012, des del CIC, ja es va plantejar la necessitat de revisar el Codi arran de les queixes insistents que els arribaven provocades

per aspectes relacionats amb els canvis tecnològics. “Es pot dir que la reforma del Codi s'ha realitzat a instàncies del públic, com ha passat a la majoria de països europeus”, va explicar Jiménez.

Els principals canvis s'han plasmat en els criteris 1 i 2 i tracten del compromís dels professionals en la recerca de la veritat i d'acostar-se a la realitat dels esdeveniments amb la màxima fidelitat possible, així com evitar prejudicis en informacions sense fonament i donar oportunitat de resposta als afectats. “Però el centre de gravetat de la reforma –va detallar Jiménez– recau en els annexos, com el que tracta dels canvis tecnològics i els nous paranyes ètics que genera la Xarxa”. En total, s'han afegit sis annexos amb diferents consideracions referides a l'actualitat.

Hi destaquen, per exemple, que no està permès manipular les imatges dels fotoperiodistes de manera que alterin la informació visual i incideix en el fet que els comentaris als webs informatius han de ser moderats pels responsables editorials i evitar, així, missatges injuriosos o que convidin a l'odi, a la violència o a la discriminació.

L'actualització, doncs, ha permès posar el Codi al dia i el resultat final ha de ser, apunta Jiménez, aplicable en tots els



Milagros Pérez-Oliva va participar en la taula rodona on es va debatre sobre l'ètica en la professió després de presentar-se els canvis al Codi deontològic.

## SIS CONGRESSOS EN QUATRE DÈCADES

Entre el primer i el sisè congrés de periodistes de Catalunya –tots celebrats a Barcelona– han transcorregut trenta-vuit anys. Aquesta és una breu cronologia de les trobades professionals.

### Primer Congrés

17-19 de febrer de 1978. Palau de Congressos de Montjuïc.

Té lloc en plena Transició, i està organitzat per l'àmbit de Mitjans de Comunicació del Congrés de Cultura Catalana, ja que el Col·legi no es fundaria fins al 1985.

### Segon Congrés

30-31 d'octubre i 1 de novembre de 1992. Hotel FERIA Palace.

El primer organitzat ja pel Col·legi de Periodistes. S'aprova el Codi deontològic de la professió periodística a Catalunya, el primer de l'Estat.

### Tercer Congrés

29-30 de novembre i 1 de desembre de 1996. Hotel FERIA Palace.

En aquest congrés es presenta el Consell de la Informació de Catalunya (CIC), que s'encarregarà de vetllar pel compliment del Codi deontològic i ja es parla del “vertiginós procés de digitalització”.

### Quart Congrés

24 i 25 de novembre de 2000.

Universitat de Barcelona.

S'hi aborden temes com les redaccions multimèdia o la premsa sota el règim de Milosevic a Iugoslàvia.

### Cinquè Congrés

19, 20 i 21 de maig de 2004. Edifici Fòrum.

Com a peculiaritat, en aquesta edició el congrés té lloc en format de Diàleg del Fòrum de les Cultures i un dels blocs temàtics era el que abordava la globalització, la concentració de mitjans i les noves tecnologies.

### Sisè Congrés

11 de novembre de 2016. Palau Macaya.

Es reflexiona sobre el moment en precari i convuls del periodisme i es presenta l'actualització del Codi deontològic adaptat a l'era digital.

àmbits de la professió: “Els grans principis de l’ètica periodística són d’aplicació per a tots els mitjans i suports, així com per a totes les modalitats i àmbits de la informació”. “El Codi –va concloure– no contempla la casuística concreta de cada plataforma informativa i se centra en refermar criteris bàsics que la professionalitat i el sentit comú han de poder fer aplicables a cadascuna de les noves situacions imaginables”.

“LES DIRECCIONS DELS MITJANS ESTAN MÉS PREOCUPADES PEL COMPTE DE RESULTATS QUE PELS RESULTATS INFORMATIUS” MILAGROS PÉREZ-OLIVA, *EL PAÍS*

Després de presentar-se l’actualització sobre el Codi deontològic, va tenir lloc una taula rodona, moderada per Montserrat Besses –periodista de TV3– en què diferents professionals van reflexionar sobre l’encaix d’aquest document en el periodisme pràctic, del dia a dia.

En aquest sentit, una de les condicions que afecten la deontologia és la precarietat laboral. “Estem arribant a un moment que les condicions laborals cada cop són

més precàries, sobretot per als periodistes més joves”, va apuntar Laura Fanals, del *Diari de Girona* i autora d’una tesina sobre els efectes de la precarietat laboral en l’ètica periodística. Segons Fanals, degut a això –i altres problemes–, la professió està dèbil, ha perdut credibilitat i capacitat de resposta. “I totes aquestes condicions laborals ens fan més vulnerables a l’hora de poder complir el Codi, sobretot per les pressions que rebem tant des de fora

com des de dintre”, va reconèixer. “Ara bé, complir el codi és l’única manera de salvar la professió”, va concloure.

“Però molt abans que arribés la precarietat –va recordar Milagros Pérez-Oliva (periodista d’*El País* i ex-Defensora del Lector d’aquest diari)–, quan no teníem por de perdre la feina, en molts casos no complíem el Codi deontològic. I, per tant, aquí tenim un problema, i és un problema professional”. Pérez-Oliva va posar l’exemple del punt del Codi que obliga a rectificar una informació incorrecta. “Quan el complim? Gairebé mai”, va assegurar.



El congrés va comptar amb la participació del públic, que omplia la sala d'actes del palau Macaya.

## EL CONGRÉS, EN DADES

El VI Congrés de Periodistes de Catalunya va ser un èxit de participació. Algunes dades en són la prova:

400 inscrits      40 ponents  
 6 mesos de preparació      4 xarxes socials que van emetre contingut  
 1 pilulada cada 2 segons en les puntes de la conversa a Twitter

L’etiqueta **#periodistes2016** va ser un dels deu temes (*trending topic*) més comentats a Twitter durant la jornada a Barcelona i en dos moments (a primera hora i a les 17-18h) fins i tot a Espanya.

Un dels noms que va sonar més va ser el de **Donald Trump**, que va ser citat fins a catorze vegades. Tot just havien transcorregut dos dies després de la inesperada victòria.

També va alertar del periodisme de trinxeres i del debilitament de les redaccions per causa de la precarietat. “Les direccions dels mitjans estan més preocupades pel compte de resultats que pels resultats informatius. I amb això les redaccions s’han debilitat. I a les redaccions hi ha moltíssima por. Qui s’aixeca ara a fer una crítica?”, es va preguntar. “I com que perdem força a les redaccions i estem atomitzats i dispersats, perdem força de negociació col·lectiva”, va afegir.

A tot això, cal sumar-hi el “periodisme mandrós” que, segons Pérez-Oliva, afecta de ple la qualitat de la feina i el control del relat. “Mai havíem trobat tanta poca resistència en els mitjans. Moltes vegades les notes de premsa es transcriuen tal qual,

## TRUMP O EL FRACÀS DE LA PREMSA

Com passa constantment en el periodisme, al nord-americà Dan Gillmor –blocaire, escriptor i expert en mitjans digitals– la realitat li va canviar els plans. Tal com va admetre només començar la ponència –que obria el congrés i que portava per títol “Periodisme, confiança i els límits de la llibertat d’informació en l’era de Facebook”–, la victòria inesperada de Donald Trump en les eleccions presidencials dels Estats Units, celebrades tot just dos dies abans, va centrar una bona part de les seves reflexions.

“Sóc realista i em temo que no puc confiar que arribi el millor per al meu país, i un dels àmbits que potser no anirà millor serà el periodisme. M’encantaria equivocar-me”, va admetre només començar la xerrada.

Per a Gillmor –considerat per molts el pare del “periodisme ciutadà”– “el periodisme ha fracassat en aquestes eleccions nord-americanes”. Segons l’expert, els professionals de la informació no només no van fer bé la feina a l’hora de comprovar

### “TRUMP POT SER L’AMENANÇA MÉS GRAN PER A LES LLIBERTATS CIVILS. I ELS PERIODISTES HO PATIREM”

les afirmacions del candidat republicà (“l’única resposta possible era un periodisme dur i veritable”), sinó que, a més, li van permetre fer una campanya potent gràcies a la gran cobertura que van donar a Trump, expert a crear titulars allà on anava. Concretament, Gillmor va xifrar en 2.000 milions de dòlars el contingut aparegut als mitjans de comunicació durant la campanya sobre el nou i polèmic candidat a la presidència dels Estats Units. En canvi, segons ell, es va fer el contrari amb la candidata demòcrata: “La gran quantitat de notícies de la cobertura dels mails de Clinton era injustificada”.

D’altra banda, aquest expert nord-americà en mitjans digitals també va assegurar que Trump “s’ha beneficiat dels punts

febles del periodisme”, ja que no s’ha sabut fer front a l’allau de notícies falses que han corregut per les xarxes durant la campanya i que han beneficiat el candidat republicà.

### L’ENEMIC A LA CASA BLANCA

A partir d’ara, segons Gillmor, els mitjans de comunicació no ho tindran fàcil. “Trump pot ser l’amenaça més gran per a les llibertats civils que he vist en la meua vida i crec que els periodistes ho patirem. Trump ha deixat clar que no li agrada el periodisme de debò”, va advertir. “L’Administració Trump serà enemiga del periodisme”, va afegir.



Dan Gillmor, tot un referent del periodisme, va obrir el congrés.

En un altre ordre de coses, Gillmor també va referir-se a com els mitjans de comunicació nord-americans acostumen a generar notícies que alerten gratuïtament la ciutadania. “Continua la tendència dels periodistes a vendre la por, a espantar la gent. Hi ha coses que fan por, però a vegades no entenem que suposa un risc més que una altra cosa. El crim, per exemple, ha baixat moltíssim, si bé la gent té més por que mai”, va advertir. Ç

fins i tot amb els mateixos adjectius”, va criticar. “Hem perdut el control del relat publicant el que diuen alguns gabinets d’actors que tenen interessos determinats”, va afegir.

També, Pere Rusiñol (*Alternatives Econòmiques, Mongòlia*) fou contundent: “La gran

diferència amb l’últim congrés és que han canviat els mitjans tradicionals. En aquests anys els bancs s’han quedat els mitjans de comunicació, que estan en fallida. I, evidentment, aquest no és un bon escenari perquè el Codi deontològic es desenvolupi bé. Tenim, segurament, el millor text possible i el pitjor entorn possible”.

Rusiñol va deixar clar que no té res contra els bancs, sempre que facin bé la feina, encara que “com a propietaris dels mitjans de comunicació, el conflicte d’interès és flagrant en la mesura que són els principals actors econòmics que, a més a més, afecten pràcticament tots els temes. I, per tant, ens podem trobar amb el perill



El congrés va comptar amb l'assistència d'uns quatre-cents inscrits. L'assistència va ser alta a totes hores i en les diferents taules rodones i ponències.

que aquest Codi deontològic sigui com les constitucions de la Unió Soviètica, que eren fantàstiques i la gent hi tenia tots els drets del món, però que després no tenien res a veure amb la realitat”.

Vicent Partal (director de VilaWeb i president del secretariat de l'European Journalism Centre) tampoc es va mossegar la llengua. “Internet ha permès moltes coses però n’ha permès una de molt perillosa, com és la irrupció del periodisme groc”. “El problema principal del Codi deontològic –va prosseguir– no és tant que l’escrivim com que siguem capaços de crear un entorn que faci que aquells que el violin hagin de ser-ne responsables”. I va assenyalar directament Facebook: “És la gran amenaça per al periodisme i per a la democràcia. És una empresa el negoci de la qual és que els lectors llegeixin notícies, com més sensacionalistes millor, si són falses no passa res, perquè la gent després

les envii de manera esbojarrada a tots els amics, hi hagi encara més clics i Facebook guanyi encara més diners”.

Partal també es va referir al *clickbait*, terme pejoratiu que defineix el contingut web que juga amb la curiositat del lector per

## "ELS BANCS S'HAN QUEDAT ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ QUE ESTAN EN FALLIDA"

PERE RUSIÑOL, ALTERNATIVAS ECONÓMICAS

així aconseguir visites fàcils en detriment de la qualitat de la informació. “Per tant –va apuntar– a Facebook es crea una estructura en què les falses notícies i el *clickbait* no només són acceptades sinó premiades sense discussió”. En aquest sentit, Fanals va afegir que als Estats Units hi ha mitjans que paguen als periodistes en funció dels clics que generen les seves

notícies. “Això és horrorós perquè llavors només es publiquen ximpleries”, va dir. “El Codi és necessari però absolutament insuficient. Mentre com a país no tinguem institucions que obliguin a defensar el Codi, no farem res”, va afegir Partal.

Tenint en compte tot això, tenen sentit els codis deontològics? Salvador Alsius (vicepresident del CAC i conseller del CIC) va advertir que

molts periodistes creuen que els aspectes deontològics són “una collonada” i que la informació és una mercaderia com una altra. També va negar que quan es parli de codis deontològics s’estigui parlant d’autocensura, com alguns apunten.

Alsius va recordar un estudi sobre l’ètica en la professió elaborat temps enrere des

## DECÀLEG PER ANAR A CONTRACORRENT (I TENIR ÈXIT)

Louis-Marie Horeau, redactor en cap de *Le Canard Enchaîné*, sorprèn els assistents amb el peculiar model del setmanari satíric francès.

Un dels moments curiosos del Congrés el va protagonitzar Louis-Marie Horeau, redactor en cap del satíric francès *Le Canard Enchaîné* (L'anec encadenat) que al juliol va celebrar els cent anys de publicació ininterrompuda en paper. Horeau va conversar amb Laia Forés, corresponsal a Brussel·les del diari *ARA* i Tele5. Enmig del panorama, sovint desolador, de la professió, Horeau va demostrar que es pot remar a contracorrent, ser un referent i tenir uns comptes sanejats. Però com? La fórmula d'èxit de *Le Canard* es pot resumir en deu punts:

### NO TÉ GAIRES PÀGINES

*Le Canard* només té vuit pàgines. La prova que ocupa ben poc és que, en un moment de l'entrevista, Horeau es va treure un exemplar que portava plegat a la butxaca.

### NO TÉ UN DISSENY ATRACTIU

El disseny no és gens modern i ha canviat molt poc en un segle. Encara té el mateix format (56x36cm) que el 1916, i els mateixos dos colors (negre i vermell, no és casualitat). Al costat del text, dens, hi ha caricatures. No té fotografies.

### NO TÉ EDICIÓ DIGITAL

Només es publica en paper. Tenen web però tan sols serveix a títol de presentació. Ni s'han plantejat penjar-ne el contingut a la Xarxa. Horeau va referir-se a "la filosofia del paper" i va deixar clar una evidència: si regalen per Internet la informació que produeixen, ningú els la comprarà.



Louis-Marie Horeau va despertar expectació.

### NO TÉ PRESSIONS POLÍTIQUES

"Som un diari completament lliure, som independents. De tant en tant, rebem alguna trucada d'un polític, però ens enriem", va admetre Horeau. Tot i ser d'esquerres, critiquen totes les formacions sense excepció.

### NO TÉ PRESÈNCIA A LES XARXES

A diferència dels rotatius actuals, embogits per aconseguir una forta presència a les xarxes socials, ells només tenen, des del 2012, compte de Twitter, tot i que l'utilitzen molt poc.

### NO TÉ PUBLICITAT

En un segle de vida, no ha tingut mai anuncis. "Les pressions econòmiques es fan als mitjans on es poden fer", va explicar Horeau, en referència a la publicitat inexistent al seu mitjà.

### NO TÉ PROBLEMES DE VENDES

Mentre mitjans de tot el món, sobretot els de paper, veuen com les vendes baixen, *Le Canard* manté unes xifres envejables. Cada setmana ven 400.000 diaris i compta amb 70.000 subscriptors. Moltes subscripcions passen de pares a fills.

### NO FA ENQUESTES ALS LECTORS

A diferència dels mitjans que intenten saber a totes hores què pensen els lectors, a *Le Canard* no fan enquestes entre els seus. "No sé si ens interessa massa, perquè potser llavors hauríem de canviar la línia editorial", va bromejar Horeau.

### NO TÉ PROBLEMES A INVESTIGAR

Amb la crisi, molts mitjans han deixat d'investigar, ja fos perquè és car o perquè no volen molestar polítics i anunciants. A *Le Canard*, no. En una ocasió, van publicar un escàndol que afectava un empresari de Dior. "L'endemà -recorda Horeau- cap diari feia referència a la informació, però alguns tenien una doble pàgina de publicitat a tot color de Dior".

### NO TÉ PROBLEMES ECONÒMICS

En tot aquest segle, no han demanat mai diners als bancs. Tampoc tenen accionistes exteriors i tenen una economia sanejada. "Guanyem diners i tenim estalvis, que són el nostre tresor de guerra i que és el que ens fa lliures", va dir. Ç





El gran nombre d'inscrits va obligar a habilitar els afores de la sala d'actes amb pantalles.

de la Universitat Pompeu Fabra i que, entre altres coses, concloïa que el grup amb menys convicció ètica eren els joves. Un aspecte que el va preocupar. Tot i això, Fanals va remarcar que “molts joves potser no se senten identificats amb el Codi o no el coneixen prou, però això no vol dir que no hi combreguin”.

La resta de ponents van defensar l'existència dels codis, tot i que diferien en la seva utilitat. “En el nou ecosistema, els codis deontològics ens han de servir per sobreviure” va assegurar Pérez-Oliva, que va demanar als periodistes que es tornin a convertir en intermediaris fiables.

## VOCACIÓ DE SERVEI

El debat sobre el codi el van seguir taules i ponències en què es van abordar els nous models de negoci, el món de la universitat respecte a l'empresa o el paper dels diaris en la societat digital, entre altres.

En el tram final del congrés, es van lliurar els VIII Premis Gabinet de Comunicació que atorga el Col·legi de Periodistes. Uns guardons que busquen reconèixer la feina dels gabinets i que es convoquen tenint

com a referència el Manual de bones pràctiques, elaborat pel grup de treball dels Gabinet de comunicació.

Enguany, els guardonats van ser la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona—premi al Millor Pla de Comunicació—, la Diputació de Barcelona—premi a la Millor Estratègia de Comunicació Interna— i Cristina Gallach, responsable de Comunicació de les Nacions Unides—premi al millor portaveu.

## "FACEBOOK ÉS LA GRAN AMENAÇA PER AL PERIODISME I PER A LA DEMOCRÀCIA"

VICENT PARTAL, VILAWEB

Precisament, després del lliurament de guardons, Gallach va conversar amb Carles Prats, periodista de TV3. Durant la conversa, Gallach va referir-se a la feina dels responsables de comunicació de les institucions. El seu cas és paradigmàtic, ja que ha tingut càrrecs de primer nivell a l'OTAN, la UE i ara a les Nacions Unides. “No he deixat mai de ser periodista ni he deixat de pensar que tinc una responsabilitat com a comunicadora”, va afirmar.

“No es pot informar sent conscient que estàs utilitzant dades que no són certes o que estàs contribuint a difondre missatges incorrectes. Si n'ets conscient, és l'últim que has de fer. L'ètica de la professió consisteix en això”, va afirmar. Gallach també va destacar que a través de la informació de la comunicació “és possible transformar situacions per millorar el benestar i avançar en el progrés”.

## CRIDA A LA UNITAT

Finalment, després d'un dia de ponències, taules, debats i nombroses preguntes del públic, el congrés va arribar al tram final amb les conclusions que van anar a càrrec de Mònica Planas, periodista i crítica de televisió. En un to distès, que a aquelles hores de la tarda el públic va agrair, va bromejar sobre algunes curiositats del congrés, com el fet que la taula dedicada als nous mitjans hagués estat, precisament, la que va defensar “un periodisme més clàssic, més tradicional” o quan va referir-se al *clickbait*, un tema recurrent en moltes taules i que ella va definir com “el cargol poma del periodisme”.

Després de Planas, Neus Bonet va fer un petit resum de com havia anat el congrés i, segons la degana, els temes que es van tractar més àmpliament van ser la deontologia, la precarietat i els aspectes de gènere. Ara bé, el missatge final de Bonet va ser una crida a la unitat professional davant els reptes que van sorgir al llarg del congrés. “Fem falta

tots perquè si no és col·lectivament, no ens en sortirem”, va concloure. **Ç**

Més informació a:

[www.periodistes.org](http://www.periodistes.org) → Web del Col·legi de Periodistes on es poden trobar tots els vídeos de les ponències i taules del congrés



*Dossier*  
*VI Congrés de Periodistes de Catalunya*



# NOUS MITJANS, PERIODISME CLÀSSIC

Els nous formats aposten per tornar  
a l'essència de la professió

Hi ha una manera de fer periodisme que aposta pels temes treballats a fons, amb mitjans que, econòmicament, només depenen dels lectors, que eviten tota dependència política o econòmica i que han sorgit gràcies a fundacions, micromecenatges, cooperatives... Hi ha, doncs, altres models de mitjans però que, en el fons, aposten pel periodisme de sempre. Al Congrés, es van conèixer algunes d'aquestes experiències i va quedar clar que, si hi ha lectors disposats a pagar pel que troben en els nous mitjans, és perquè els convencionals ja no fan el que se n'esperava.



TEXT MARTA ARBÓS

Nova època. Nous mitjans. Nou model de negoci. Nous formats. Nova relació amb l'audiència. Moltes coses s'estan movent en la professió, des de fa temps, i apunten cap a una transformació que sovint ha capgirat la professió com un mitjà. Però en realitat, quan els periodistes que hi ha al darrere de tot això comencen a parlar, un s'adona que ha tornat el vell periodisme. I aquí comença el debat. Si els nous que arriben amb noves idees i noves fórmules són els que estan fent el periodisme independent, de profunditat i de qualitat, què estan fent els mitjans de tota la vida?

La taula del congrés dedicada a les noves experiències mediàtiques va assegurar representants de cinc experiències que cal tenir en compte i que permeten fer-se una idea no només del canvi que està vivint el periodisme sinó, també, dels errors que han comès els predecessors. I és que els nous han aprofitat les esquerdes de la professió per fer-se un lloc, per posicionar-se i per recordar que el millor periodisme és el que excel·leix.

## FRUIT DEL NOU ECOSISTEMA

Per entendre l'emergència d'aquests nous mitjans, resultat sovint del canvi de paradigma tecnològic, cal entendre per

què s'han donat tota una sèrie de canvis. Així, tal com va apuntar el moderador de la taula, Josep Carles Rius –exdegà del Col·legi de Periodistes, president de la Fundació Periodisme Plural i autor del llibre *Periodismo en reconstrucción* (Edicions de la Universitat de Barcelona)–, els canvis es poden entendre per la confluència de quatre crisis: l'econòmica, la de les noves tecnologies que ha impactat de ple en la

## "EL PATRIMONI DELS NOUS MITJANS ÉS LA CREDIBILITAT"

JOSEP CARLES RIUS, FUNDACIÓ PERIODISME PLURAL

premsa escrita, la generada pels errors dels grans grups i empreses de comunicació i, finalment, la crisi de credibilitat.

“Aquesta nova època, aquest nou ecosistema, són el resultat d'això. I la conseqüència és que els mitjans de comunicació en general, i sobretot la premsa escrita, han perdut el monopoli en la configuració de l'opinió pública”, va afirmar Rius. I, a partir d'aquí, segons Rius, es configuren dos mons: per una banda, la comunicació de masses –amb la televisió al centre– i, d'altra banda, un nou paradigma “en què els ciutadans ja no posen la vida en mans

d'un mitjà de comunicació sinó que creen el seu propi cercle de confiança on, a més dels mitjans, hi ha molts més factors”. I aquí, va concloure Rius, la clau és ser creïbles. “El patrimoni dels nous mitjans és la credibilitat”, va resumir.

Per parlar de tot això, es van reunir en una taula representats de diferents models de negoci i de formats, com *Nació Digital*, *Vice*, *ElCrític.cat*, *5W* i *Alternativas Económicas*. Cap d'aquests té darrere grups mediàtics i econòmics importants, si bé això tampoc implica que funcionin i es financin de la mateixa manera. En realitat, després d'escoltar-los, més aviat sembla que hi ha un model propi per a cada mitjà. No hi ha, doncs, cap fórmula secreta.

## COMPROMÍS PERSONAL

Tot i que Josep Carles Rius exercia de moderador, en realitat, també representava la Fundació Periodisme Plural –la primera a Catalunya, i de les primeres d'Espanya, dedicada al periodisme– que edita *Catalunya Plural*. Vinculats a *Eldiario.es*, editen tres diaris (*El Diari de l'Educació*, *El Diari*



Karma Peiró, directora de *Nació Digital*, durant un moment de la seva intervenció en la taula dedicada als nous mitjans i nous formats.

de la Sanitat i *El Diari del Treball*) que aposten per un periodisme especialitzat.

Rius, per tant, sabia del que parlava. Ho ha viscut en primera persona i, a més, coneix bé alguns dels projectes que hi havia a la taula. Per això, sabia quins eren els punts en comú entre tots. “Al darrere de tot això, sempre hi ha el compromís personal d’un grup de periodistes que aporten la credibilitat personal a un projecte col·lectiu”, va dir. Amb tot, també va advertir que no n’hi ha prou amb el compromís dels professionals. “La clau és que aconseguixin implicar una part de la societat a participar en aquest compromís amb el periodisme”, va afirmar.

## MANTENIR L'ESPERIT

Karma Peiró, directora de *Nació Digital*, és una coneguda veterana i experta del món digital i el mitjà, que dirigeix des de juliol del 2015, tampoc va néixer ahir, sinó que ja té vint anys d’existència. En aquestes dues dècades, no ha parat de créixer com una taca d’oli fins a convertir-se en un referent del periodisme i, sobretot, del periodisme digital en català.

Avui dia, tenen divuit edicions territorials, cinquanta professionals en plantilla i dos milions i mig d’usuaris únics. La prova del seu pes és que tres dies després del congrés recolliren el Premi Nacional de Comunicació.

Però quina és la seva fórmula? Doncs fer el que s’espera d’un professional de la informació. “Miquel Macià, el nostre editor, ens diu que fem de periodistes. I fer de periodista vol dir anar als llocs, saber el que està passant i explicar-ho el millor possible. Així de simple i senzill. I és molt important seguir mantenint aquest esperit”, va assegurar Peiró.

## EXPLICAR HISTÒRIES

Molta menys trajectòria té *5W*, una revista digital en castellà que aposta per reportatges en profunditat de periodisme internacional. I és que aquest mitjà en línia només té un any de vida. Format

## MÉS ENLLÀ DE LES FORMES

Els nous partits polítics aposten per una vestimenta més informal. Les formes sovint els delaten i, fins i tot, són part de la seva marca, una manera de diferenciar-se de la política tradicional. En el periodisme, està passant alguna cosa similar si fem cas del que es va veure al congrés. I és que els vestits –tots ells foscos– dels directors dels diaris van desaparèixer quan van pujar a l'escenari els periodistes dels nous mitjans, que vestien molt més informal. Un altre detall no va passar desapercebut: a la taula dels directors hi havia cinc ponents, dels quals quatre eren homes i només hi havia una dona. En la dels nous mitjans les tornes es van capgirar i hi havia quatre dones i tan sols un home. Tot apunta que la diferència va més enllà de les formes.

per nou periodistes –vuit d'ells experts en informació internacional–, *5W* publica històries elaborades des del terreny a qualsevol part del món i que, a més, surten de l'actualitat, així com de les presses. El projecte va néixer gràcies a un Verkami, encara que en un any de vida ja compta amb 1.350 subscriptors. A més, no reneugen del paper i van editar una revista temàtica –fa poc han tret la segona–, de la qual ja n'han venut 4.000 exemplars. “La nostra revista de paper té voluntat de permanència. És quasi un llibre i costa tirar-lo a la brossa. Perquè el que estem

**"EL PERIODISTA HA D'ANAR ALS LLOCS, SABER EL QUE PASSA I EXPLICAR-HO EL MILLOR POSSIBLE. AIXÍ DE SIMPLE I SENZILL"** KARMA PEIRÓ, *NACIÓ DIGITAL*

fent és explicar històries”, va afirmar Anna Surinyach, fotoperiodista, fundadora i coordinadora audiovisual de *5W*.

### NOUS PUNTS DE VISTA

A *Alternativas Económicas* les històries que expliquen van al voltant de l'economia. Aquesta revista en castellà s'edita en paper, tot i que disposa d'una versió digital. Curiosament, però, més d'un 90% dels subscriptors només volen el format en paper.

Aquesta revista –que es basa en *Alternativas Económicas*, l'homòloga francesa amb més de tres dècades d'experiència– vol explicar l'economia de manera divulga-

**"EL QUE NOSALTRES ESTEM FENT ÉS EXPLICAR HISTÒRIES"**

ANNA SURINYACH, *5W*

tiva i, sobretot, amb vocació de ser independents dels poders econòmics i polítics. “Nosaltres sempre hem tingut la sensació que els mitjans econòmics o parlen per a les fonts o per als altres periodistes o per als executius o per als inversors. I el que volíem era arribar al

ciudadà i explicar-ho amb el seu punt de vista. Vivim en una societat aparentment lliure, si bé hi ha molts espais on fa falta que se sentin altres punts de vista”, va dir Ariadna Trillas, integrant de la cooperativa de vuit persones que elabora la revista que dirigeix el periodista Andreu Missé.

Trillas va admetre que, tot i que s'esforcen per elaborar un producte de qualitat, el model de negoci encara no és l'ideal. “Som periodistes i no sabem fer plans de

negoci. Vam dir que en dos anys tindríem 4.000 subscriptors, però anem pel tercer i només som a la meitat. I hem d'arribar als 4.000 per ser sostenibles”, va explicar. Tri-

llas –ex-responsable d'Economia a *El País-Catalunya* i ex-directora adjunta de l'*ARA*– assegura que van posar tots els esforços a elaborar un

producte de qualitat. “I vam pensar que si el producte era molt bo, ja estava tot fet. I no és així” reconeix. També assegura que, malgrat l'esforç salarial que han hagut de fer, el nivell de compromís sempre ha estat el mateix. El problema és que encara han de créixer més. “Tenim una comunitat molt fidel, però massa petita”, va admetre.

### POLÈMICA DEONTOLÒGICA

De totes les ponències, la que va grinyolar més, almenys per a una part del públic, va ser la de Cristina Pérez, digital manager de *Vice.com* –grup de mitjans digitals que operen en diferents plataformes, amb presència a més de quaranta països, que són a Espanya des de fa una dècada i, actualment, tenen 130 persones entre Barcelona i Madrid i que van dirigits, sobretot, a un públic jove. Pérez –l'única que no era periodista de la taula– va encetar la polèmica

## CANVI DE XIP

Luis Collado, directiu de Google, va analitzar com la multinacional i els editors han canviat l'enfrontament per la col·laboració

No es pot entendre l'ecosistema informatiu actual sense Google. Però la seva relació amb els editors europeus ha estat problemàtica, ja que aquests, afectats per la crisi, reclamaven que si utilitzava els seus continguts, volien ser compensats econòmicament. L'associació d'editors espanyols va pressionar perquè es legislés en aquest sentit. Fruit d'això, va ser la nova Llei de Propietat Intel·lectual i Google, acte seguit, va tancar Google News a Espanya. Sis mesos després, però, Google anunciava un projecte a Europa per a donar suport a la indústria de la comunicació. Un canvi de xip.

### FINANÇAR LA INNOVACIÓ

“Sí, va haver-hi un canvi d'idea. No només per part de Google, sinó també per part de molts editors. El nou criteri és que ens hem d'ajudar mútuament”, va admetre Luis Collado, director d'aliances estratègiques de Google durant l'entrevista que Silvia Cobo, membre de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes i responsable de xarxes socials a *El Periódico de Catalunya*, va fer-li al congrés.

Aquella col·laboració va cristal·litzar en la Digital News Initiative, un fons de 150 milions d'euros en tres anys que finança els mitjans que intenten innovar (en desenvolupament de producte, investigació, formació i innovació). “Estem fomentant que la indústria periodística pensi i innovi”, va dir Collado.

### LA MIDA IMPORTA

Collado –que demana no comparar amb èpoques pretèrites que no tornaran– va explicar que els editors se li queixen que no guanyen diners en el món digital. Ell els respon que

**“ESTEM FOMENTANT QUE LA INDÚSTRIA PERIODÍSTICA PENSI I INNOVI. RES MÉS QUE AIXÒ”**

el problema és que tenen estructures amb molts treballadors que són d'una altra època. “Plantilles de 1.500 persones estan competint amb petits mitjans di-

gitals que fan una feina excel·lent. Fins i tot amb professionals individuals que són la seva pròpia marca”, va dir.

També va ressaltar el paper clau dels mòbils en la revolució de la informació: “Al mòbil hi porto els meus diaris, les meves televisions, les meves ràdios. Estem parlant del consum d'in-



Luis Collado durant la seva intervenció.

formació a través d'un aparell que està les vint-i-quatre hores del dia amb nosaltres. I el control d'això el té el propietari de l'aparell, que decideix què vol fer. Aquest és el gran canvi”. Per això, va advertir que “els mitjans que no tenen un 60-70% del trànsit provinent dels mòbils són fora de la realitat”.

### CÀRREGUES RÀPIDES

Per aconseguir que la informació al mòbil s'adapti als nous temps, Google i nombroses companyies de tecnologia i informació han creat Accelerated Mobile Pages (AMP), una adaptació de les pàgines web al format mòbil perquè es carreguin més ràpid. Aquest projecte, de codi obert, permet generar contingut mòbil optimitzat que es carregui instantàniament a tot arreu. “Tota la programació que es va fer per a Internet ve del que es va fer per als ordinadors. I els programadors havien anant afegint coses al codi, i això frenava la càrrega”, va afirmar. Amb les pàgines AMP –que han “netejat” el codi de material innecessari, tot i que l'usuari no ho distingeix– els articles es carreguen amb una mitjana de 0,7 segons, encara que tinguin fotografies, vídeos o publicitat associada.

Més informació a:

[www.digitalnewsinitiative.com](http://www.digitalnewsinitiative.com) → Web de la Digital News Initiative

[www.ampproject.org/es](http://www.ampproject.org/es) → Projecte Accelerated Mobile Pages



quan va explicar les diferents formes de finançament. I és que, a més de la publicitat tradicional i d'elaborar continguts per a cadenes de televisió (a Espanya, per a Movistar+), també fan *branded content* (continguts vinculats a marques comercials). “Creiem que algunes marques tenen coses a explicar, i els ajudem perquè tinguin una relació diferent amb els usuaris. Que ho expliquin a través d'històries i personatges. Històries que mereixin ser explicades. Són continguts que paguen les marques i que s'han generat expressament per a elles. Al final, el que volem és donar un servei periodístic, tot i així, busquem altres formes de finançar-lo”, va afirmar. Les explicacions van generar un debat al torn final de preguntes, ja que hi havia qui es preguntava què suposava, deontològicament parlant, aquest tipus de model.

## EMPRENYAR, MOLESTAR

Un model ben diferent al de *Vice* és el d'*ElCrític.cat*, un mitjà digital en català amb dos anys de vida que està format per cinc periodistes d'una cooperativa que

"VAM PENSAR QUE SI EL PRODUCTE ERA MOLT BO, JA ESTAVA TOT FET. I NO ÉS AIXÍ"

ARIADNA TRILLAS, *ALTERNATIVES ECONÓMICAS*

impulsa un mitjà de comunicació especialitzat en el periodisme d'investigació i en l'anàlisi política, social i econòmica.

Sergi Picazo, integrant de la cooperativa, va deixar clares les seves intencions: “No-

saltres volem ser una esmena a la totalitat dels grans mitjans de comunicació. En lloc de ser propietat de grans empresaris amb vincles amb la banca, som una cooperativa

"VOLEM SER UNA ESMENA A LA TOTALITAT DELS GRANS MITJANS DE COMUNICACIÓ"

SERGI PICAZO, *ELCRÍTIC.CAT*

de periodistes. En lloc de dependre de la publicitat, intentem dependre dels subscriptors. En lloc de l'excés de velocitat, apostem pel periodisme lent. Som tan lents que publiquem un article al dia i fem una revista a l'any. En lloc de patir per la defensa de l'*statu quo* i de l'*establishment*, volem fiscalitzar el poder i fer una crítica al sistema polític i econòmic imperant”.

Picazo no va tenir problema a admetre que “els grans mitjans de comunicació segueixen fent el millor periodisme, avui dia, a Catalunya”, encara que va apostar per tornar a uns orígens dels quals alguns mitjans de referència semblen haver-se

apartat. “Som nous en el que fem, però reivindicuem l'estil de periodisme que s'ha fet sempre, el que ens van ensen-

nyar: reportatges en profunditat, investigació, entrevistes a personatges i anàlisi crítica sobre qüestions polítiques. No descobrim res, fem el de sempre i, per tant, volem ser molt antics. Potser el problema és si alguns altres han deixat de fer això”, va assegurar.

A *ElCrític.cat* es financen de diferents maneres. Mitjançant subscriptors (“ara en tenim 1.400, que és poquet”), socis-

col·laboradors o cursos de formació, entre altres sistemes, perquè –tal com va admetre Picazo– “la precarietat és molt gran”. Els integrants de la cooperativa fan trobades amb lectors

i subscriptors. “Hem d'intentar aconseguir establir una relació de confiança i credibilitat amb el lector”, va assegurar Picazo, qui va recordar que, segons el CIS, després dels polítics, els periodistes són els pitjors valorats. Això, segons ell, s'explica pel fet que el periodisme s'havia acostat tant al poder polític que al final la ciutadania ja els veia com una mateixa cosa. Per això, aposten per marcar distàncies i ser crítics. “Som un granet de sorra en l'univers periodístic, però intentem empenyar, molestar i protestar”, va concloure.

## LABORATORI CONSTANT

Les diferents experiències que es van connectar en aquesta taula del congrés, doncs, van permetre observar com les fórmules actuals existents no només són diferents sinó també canviants. “Estem vivint en un laboratori constant”, va resumir Rius. Ara bé, aquest laboratori empresarial i mediàtic se sustenta en una base molt clara i, en realitat, molt poc innovadora. “En el fons –va prosseguir Rius– es tracta de recuperar el periodisme de sempre. Potser el problema és que en aquests temps de crisi alguns mitjans l'han oblidat”. Ç

Més informació a:

[www.eldiario.es/catalunyaplural](http://www.eldiario.es/catalunyaplural) → Web de Catalunya Plural

[www.naciodigital.cat](http://www.naciodigital.cat) → Web de Nació Digital.cat

[www.revista5w.com](http://www.revista5w.com) → Web de 5W

<http://alternativaseconomicas.coop> → Web d'Alternatives Econòmiques

<http://www.vice.com/es> → Web de Vice en castellà

<http://www.elcritic.cat> → Web d'ElCrític.cat



*Dossier*  
*VI Congrés de Periodistes de Catalunya*



# EL PERIODISME (IM)POSSIBLE

Andreu Buenafuente i Mònica Terribas  
conversen i reflexionen sobre la professió

La conversa que van mantenir Andreu Buenafuente i Mònica Terribas al Congrés de Periodistes va permetre alguna cosa més que veure cara a cara dos mediàtics del món de la informació. En realitat, va ser una excusa per fer una crítica contundent —alguns cops seriosament, d'altres amb l'excusa de l'humor— a aspectes de l'ofici que preocupen, com les pressions polítiques, el paper de les noves tecnologies o la miopia d'alguns mitjans a l'hora de llegir la realitat.



TEXT LAURA SAULA



“No sé ben bé quina és la meva funció aquí”, bromeja animat Andreu Buenafuente a l'inici de la sobretaula del congrés. Al seu costat, Mònica Terribas es prepara per iniciar el que serà una entrevista mútua en què es desplegarà un ampli ventall de diferències, però també similituds, entre l'ofici d'informar i el d'entretenir.

“El periodisme i l'entreteniment estan una mica barrejats ara mateix”. Buenafuente dispara el tret de sortida i aclareix que fa uns anys el tall entre els dos sectors estava molt més clar. Terribas hi està d'acord, i afegeix que enquestes sobre la televisió mostren com molts espectadors acaben tenint com a referents informatius programes com *El intermedio*. “Un espai que té la voluntat de llegir l'actualitat, si bé també la llibertat de no haver de donar totes les dades”, reflexiona la periodista.

En defensa pròpia, Buenafuente creu que, avui en dia, aquests tipus de programes tenen al darrere una preparació periodística impensable fa uns anys. Es refereix al mateix director del programa de La Sexta, Miguel Sánchez, que contracta analistes i periodistes perquè es dediquin a llegir tots els mitjans, sobretot

els digitals. “Jo també em preparo més que mai”, confessa el presentador del programa televisiu *Late Motiv*.

Tot i això, Terribas es queixa que ara els periodistes es veuen obligats a fer gràcia i realitzar un periodisme que combini amb l'entreteniment per atraure el públic. Es refereix a notícies molt seguides als infor-

morista reconeix que sovint, de manera elegant, les empreses li diuen que no toqui certs temes. Unes pressions que, afegeix Terribas, ja no només provenen de partits polítics, sinó de tota mena d'empreses. “Això fa que, de vegades, et sentis que ets com una mena d'administrador d'espais, en comptes d'informació”, confessa la directora i presentadora d'*El matí de Catalunya Ràdio*.

## "LA GENT COMENÇA A CONFONDRE QUÈ ÉS LA INFORMACIÓ I QUÈ ÉS L'ENTRETENIMENT"

MÒNICA TERRIBAS

matius i que estan a l'alçada de la “cobra” entre Bisbal i Chenoa. “La gent comença a confondre què és la informació i què és l'entreteniment”, adverteix.

### APRETÓN NEOCON

“La Rosa Maria Calaf em va dir un dia: vosaltres, els ‘còmics seriosos’, podeu arribar a dir coses que els periodistes no poden”, explica Buenafuente. Una llibertat que, segons ell, ha viscut una regressió en els darrers anys. Tot un *apretón neocon* que mai s'hagués pensat que passaria. L'hu-

Aquesta situació, admet Buenafuente, ha provocat que el món de l'entreteniment s'hagi posat molt les

piles. “Hem hagut d'aguditzar la nostra imaginació, la capacitat de dir entre línies i de treballar més els guions”, confessa. I no només s'han espavilat per oferir un servei a la població, sinó també perquè “la gent del carrer és molt més llesta que els mitjans de comunicació”.

Un exemple clar en aquest sentit, segons Buenafuente, és el WhatsApp, “el programa d'humor més negre i radical que existeix”. A través d'aquest canal es rep una informació humorística que no es podria difondre a través dels mitjans



Andreu Buenafuente i Mònica Terribas durant la conversa que van mantenir en el congrés, i en la qual van abordar diferents aspectes de la professió.



convencionals. Això per a ell és una prova evident que el carrer està demanant als humoristes que tirin endavant, que no es tallin. La seva conclusió, doncs, és que el món està empenyat i es troba en plena transformació. Davant d'això, Terribas es pregunta si els mitjans estan ajudant a reflectir aquest enuig.

“Estic una mica amoïnat amb el periodisme a nivell d'usuari”, confessa Buenafuente, qui reconeix que li han caigut uns paràmetres que mai hagués pensat que caurien, cosa que l'ha obligat a buscar-se un “menú propi” per informar-se: “Ja no m'informo per mitjans, sinó per periodis-

**"LA GENT DEL CARRER ÉS MOLT MÉS LLESTA QUE ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ"**

ANDREU BUENAFUENTE

tes”. Això sí, també reconeix que potser tampoc era real el que hi havia abans, quan cada matí els lectors ja sabien quin

diari comprar. A parer seu, la societat s'ha transformat i, actualment, és un mosaic tan gran que els mitjans no es poden posar a l'alçada de la situació.

Sobre aquesta evolució dels periodistes com a marques pròpies, Terribas creu que es dona per fet que els professionals sovint no treballen només per a un mateix mitjà, sinó que també comparteixen la informació a través de les xarxes socials. “Hi ha comptes de Twitter de periodistes que tenen el doble de seguidors que les vendes d'un diari”, apunta preocupada. En canvi, Buenafuente ho té clar: no s'ha de magnificar aquest tema, ja que les xifres solen estar massa inflades i impostades.

“El cas és que estem reaprenent què és el nostre ofici”, reconeix Terribas,

que afegeix que, en aquest reaprendre, els professionals de la informació s'estan obsessionant més en les formes que generen

la supervivència del negoci que no pas en què fan. Buenafuente la frena: o en el que ens deixen fer, perquè també hi ha molta precarietat.

## MOMENT DE CANVIS

Potser part del problema és, segons la periodista, que l'ofici és molt competitiu i això no ens permet dedicar-nos a pensar en el que està passant. Una opinió que difereix de la de Buenafuente, qui creu que els periodistes han estat massa temps creient que la crisi no feia amb ells. Per a l'humorista, la societat va més ràpida que el periodisme, de manera que, industrialment i professionalment, ara ens trobem que anem amb una mica de retard. “Se'ns ha escapat”, resumeix.

La periodista reflexiona. Si se'ns ha escapat, vol dir que realment no hem sabut fer l'única feina que teníem: llegir i observar la societat. “En què ens hem distret?”, es pregunta. No hi ha respostes clares. Per a Buenafuente, ens trobem immersos en

una època que d'aquí a uns anys sortirà als llibres d'història. "Estem just enmig d'una revolució", afirma. I el triomf de Donald Trump li confirma encara més aquesta teoria. Un president que, d'altra banda, reconeix que és tot un regal per als còmics. "La seva elecció és un gran pas

## "HI HA COMPTES DE TWITTER DE PERIODISTES QUE TENEN EL DOBLE DE SEGUIDORS QUE LES VENDES D'UN DIARI" MÓNICA TERRIBAS

per als còmics i una gran merda per a la humanitat", bromeja provocant la riulla del públic.

Tornant al tema de la revolució en què la professió està immersa, Terribas mostra preocupació per si aquesta capgirarà o no l'ordre de les coses, perquè en cas contrari, "només serà una nova manera de mantenir el sistema". Buenafuente reconduïx el tema: el que el preocupa és que en una època tan moguda un s'adoni que els mitjans de comunicació no estan explicant bé el que està passant de veritat. "Però què hem deixat d'explicar?", dispara Terribas. Per a ella, és evident que cada mitjà té una línia editorial pròpia, encara que això no vol dir que no expliquin el que passa. Simplement ho fan des del seu punt de vista.

La periodista segueix insistint en el fet que estem molt preocupats per la supervivència econòmica de l'ofici i, en canvi, debatem poc sobre què ens passa realment. "Què passa amb les fonts, amb l'ús de les xarxes i amb la informació que ens arriba filtrada?", es pregunta. Segons ella, entre tots estem erosionant l'ofici,

a partir del moment en què publiquem notícies que, tot i no ser periodísticament importants, "fan guanyar clics".

Buenafuente intenta veure-ho des d'un punt de vista positiu i afirma que, malgrat la situació en què ens trobem, "s'estan recuperant valors molt interessants de pràctica periodística". Per al còmic, actualment, s'ofereixen productes periodístics de qualitat amb entrevistes

en profunditat "impensables fa uns anys" i es declara fan dels nous mitjans que estan apostant pel bon periodisme. "Al loro, que no estem tan malament!", afirma.

## ALERTA AMB EL PINSO

Arribats al torn de preguntes del públic, als entrevistats se'ls qüestiona sobre els límits del periodisme i la comunicació. Terribas és contundent. "Jo no concebo cap activitat dels mitjans que no persegueixi la comunicació", sentència. Una comunicació entesa com l'acte d'establir un nexa amb l'altre i que és imprescindible per traslladar el periodisme, sobretot

## "S'ESTAN RECUPERANT VALORS MOLT INTERESSANTS DE PRÀCTICA PERIODÍSTICA. NO ESTEM TAN MALAMENT!" ANDREU BUENAFUENTE

quan parlem del sector audiovisual. Per a aquesta professional, el periodisme, més enllà de transmetre a l'altre una realitat, també suposa donar context a les persones perquè entenguin el món on viuen i puguin arribar a comprendre allò que les

envolta: "A mi cada vegada m'interessa menys el periodisme de titulars i més el de fons, que requereix entrevistes a persones que potser a priori no aporten titulars". Per a Terribas, és aquest tipus de periodisme el que realment fa que competeixin uns mitjans contra els altres.

D'altra banda, Buenafuente reconeix que, en el seu dia a dia, tot i dedicar-se a l'entreteniment, és conscient que moltes vegades està entrant dins del periodisme. Un sector que respecta molt, però que considera que "se li hauria de trencar una mica la cotilla".

Una altra de les preguntes és el clàssic sobre les alternatives fiables a l'hora de finançar els nous mitjans, més enllà de la publicitat. Terribas agafa la directa: "Es diu que el periodisme finançat per la publicitat ha fracassat. Parlem-ne". Segons ella, si aquest model ha fracassat, és perquè els mitjans no han sabut administrar la relació entre la publicitat i el món empresarial. Això també vol dir, segons Terribas, que amb els nous mitjans i modalitats de finançament ens podem equivocar. Un exemple clar és el model de pagament de subscriptors, en què es corre

el risc d'escriure directament pensant en ells. "Alerta amb llums de neó: no caiguem en el parany de donar-los el pinso que volen menjar",

adverteix Terribas. Correm, assegura, el perill de confondre el periodisme independent amb donar pinso als subscriptors, als quals els en devem el finançament. Alerta, doncs, de no establir-hi la mateixa dependència. Ç

*Dossier*  
*VI Congrés de Periodistes de Catalunya*



# BUSCANT EL MODEL DE NEGOCI

Els directors dels diaris reflexionen sobre els problemes i els avantatges de la societat digital

Cinc responsables dels principals diaris que es consumeixen a Catalunya van reflexionar en el Congrés de Periodistes sobre aspectes que els preocupen i que, enmig del paradigma digital i la crisi econòmica, són claus per al futur dels rotatius i, per extensió, per a la professió mateixa. El recurrent debat sobre si el paper desapareixerà com a suport va ser el punt de partida d'una taula on va quedar clar que hi ha opinions diferents –i fins i tot contràries– sobre aquest tema i que l'únic punt en què hi ha unanimitat és que, més enllà de la tecnologia, cal apostar pel periodisme de qualitat.



TEXT LAURA SAULA

Ja comença a sonar vella la cançó de la mort del paper i dels diaris que tenen els dies comptats. De moment, el fet és que les principals capçaleres de paper catalanes segueixen al peu del canó. Això sí, buscant solucions a un futur incert. Per aquest motiu, la periodista Cristina Puig va moderar una de les taules més seguides del congrés, en què es va tenir l'oportunitat de parlar amb Lluís Bassets, director adjunt d'*El País*; Esther Vera, directora de l'*ARA*; Màrius Carol, director de *La Vanguardia*; Enric Hernández, director d'*El Periódico de Catalunya*, i Jordi Grau, director adjunt d'*El Punt Avui*.

La taula es va obrir amb la pregunta del milió: seguiran havent-hi edicions de paper d'aquí a deu anys? "Jo no crec que aquest sigui el debat", va tallar Enric

Hernández. "Si volem discutir sobre el futur del paper, hauríem de fer venir aquí els caps de les rotatives del país, perquè aquesta és una discussió industrial i de costos", va afegir. Per al director d'*El Periódico de Catalunya*, la qüestió més important, el debat que ens ocupa, és si el periodisme professional i de pagament

"ES TRACTA DE FER UN PERIODISME DE QUALITAT, EN COMPTES DE SUMAR-NOS AL CLICKBAIT"

Enric Hernández, *El Periódico*

acabarà sobrevivint. "Es tracta de fer un periodisme de qualitat, en comptes de sumar-nos al *clickbait*", va assegurar, en referència als titulars que busquen visites fàcils, però amb contingut força pobre.

"Quant durarà el paper? M'és igual!", va exclamar Lluís Bassets. "El problema no és saber quant durarà, el problema és quantes retallades ha rebut ja el periodisme de qualitat", va comentar.

Per a Bassets, el més important és buscar nous models que permetin fer periodisme de veritat. "I que també parin atenció al codi deontològic, en lloc de deixar-se endur per l'onada digital", va afegir.

El director adjunt d'*El País* també va posar èmfasi en el fet que avui en dia tothom disposa de les eines per fer de periodista: "Hem de fer un doble esforç i traslladar la bona cultura professional i ètica al món digital".



Jordi Grau (*EL PUNT AVUI*), Màrius Carol (*LA VANGUARDIA*), Esther Vera (*ARA*), Enric Hernández (*EL PERIÓDICO DE CATALUNYA*) i Lluís Bassets (*EL PAÍS*).

Per la seva banda, Esther Vera va deixar clar que no creu en la desaparició del paper. La directora de l'ARA opina que el paper no només es llegeix millor i té un

**"NO SÉ QUANT DE TEMPS DURARÀ EL PAPER, PERÒ TREBALLA COM SI AQUEST TIPUS DE PERIODISME HAGI DE DURAR PER SEMPRE"** Màrius Carol, *La Vanguardia*

tacte diferent, sinó que el lector "busca un producte gairebé de luxe, que ofereixi anàlisi i opinió, en comptes de la voracitat de la informació digital". Tot i això, Vera també va admetre que aposta pels nous formats digitals, que ofereixen moltes possibilitats a través del vídeo, l'àudio i el text. "Els joves cada dia ens segueixen més a través del mòbil i el seu consum de vídeos cada cop serà més alt".

## MODELS DE FINANÇAMENT

Enmig d'un cert ambient pessimista, Màrius Carol va intentar enviar un missatge positiu a la sala, comentant que cada dia es venen al món 650 milions de diaris en paper. Una nota que se li va esquarterar quan li van recordar que aquestes dades

són gràcies al mercat asiàtic. "No sé quant de temps durarà el paper, si bé personalment intento treballar com si aquest tipus de periodisme hagi de durar per sempre",

confessava el director de *La Vanguardia*. "Es tracta de seguir fent el millor periodisme que podem amb les eines que tenim", va dir. En tot cas, Carol

creu que l'experiència de paper i la digital no tenen res a veure, i per tant no s'hauria de renunciar als dos formats en un futur.

També, Jordi Grau va recordar al públic com precisament els diaris en paper van augurar la seva pròpia mort i van abocar tota la informació de manera gratuïta al món digital. "Ningú reflexiona sobre com

**"ELS JOVES CADA DIA ENS SEGUEIXEN MÉS A TRAVÉS DEL MÒBIL I EL SEU CONSUM DE VÍDEOS CADA COP SERÀ MÉS ALT"** Esther Vera, *Ara*

es va bolcar la nostra feina a les plataformes digitals", sentència el director adjunt d'*El Punt Avui*.

Entrant ja a fons amb les diferents solucions per tirar endavant econòmicament els mitjans de paper i digitals, Jordi Grau va recordar com un dels errors que es van cometre des del principi va ser "traslladar la pràctica de la publicitat com a negoci en el món digital". La realitat, segons el director adjunt d'*El Punt Avui*, és que avui en dia els webs dels diaris només se sostenen gràcies a la versió en paper. Per tant, és urgent trobar ingressos que no es limitin només als subscriptors i al *clickbait*.

En aquest sentit, Vera va aprofitar per defensar el model del seu diari, enfocat directament a la comunitat de subscriptors de l'ARA. "Fem pagar per la bona informació, aquella que costa diners de produir", va resumir. Una de les estratègies és oferir una gran varietat de suplementos, enfocats als diferents interessos dels lectors que paguen.

Per a Màrius Carol, però, un dels principals problemes és

que, encara que alguns usuaris paguin el servei, poden compartir l'article a les xarxes, de manera que moltes persones ho acaben llegint gratuïtament. "Si l'usuari veu que ho pot tenir gratis, per què voldrà pagar?", es pregunta el director del diari dels Godó.

## PERIODISTES PREPARATS?

En canvi, per a Enric Hernández, el problema del model de finançament ja ve de fa molts anys i va recordar com abans "els diaris ja guanyaven molts diners a través de les promocions". Un fet que, segons el director d'*El Periódico de Catalunya*, va acabar per depauperar molt el producte final. Hernández creu que el secret per a un futur amb beneficis podria residir en el *big data*. "No tenim la tecnologia dels grans operadors i, en canvi, sí que tenim els continguts que ens permeten segmentar millor el nostre públic i oferir informació, a més de publicitat diferenciada", va apuntar.



Bassets parlant en un moment del debat en el qual van participar els responsables dels diferents rotatius.

## DADES PER REFLEXIONAR

Durant el debat, entre els directors dels diaris, aquests van donar una sèrie de dades que conviden a la reflexió i permeten entendre l'estat actual de la premsa.

**650** milions de diaris es venen al món i arriben a **2.700** milions de ciutadans. Això implica que la meitat dels adults del planeta llegeixen cada dia un diari de paper.

**40%** Del negoci de la comunicació que hi ha a casa nostra encara surt del paper. En total, són mil milions d'euros per uns 135 operadors del sector del paper, digital i de l'audiovisual.

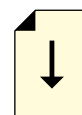
**Entre un 20-40%** dels lectors de diaris en línia utilitzen bloquejadors de publicitat als webs digitals.

A l'Estat Espanyol, hi ha actualment **106** capçaleres de paper, de les quals **85** tenen una versió digital. A més, hi ha **150** diaris digitals nadius, alguns dels quals fan periodisme de qualitat que permet de guanyar-se la vida els seus autors.

*New York Times*

**1.000.000**

Subscriptors en paper i digital. El conegut rotatiu nord-americà ha aconseguit trobar el seu model de negoci. El 2014, després d'una etapa de pèrdues, va guanyar més de **20 milions** de dòlars.



A Catalunya, encara es venen cada dia **365.000** diaris en paper, segons dades de setembre del **2016**. Una baixada en les vendes, perquè el **2015** per les mateixes dates se'n venien uns **414.000** i més d'un milió en anys anteriors. De fet, la venda de diaris està caient des de **1995**.

### Caiguda de la premsa 2010-2014

A Espanya	↓ 24-25%
Als Estats Units	↓ 9,8%
Països asiàtics, com l'Índia o la Xina	↑ 9%

Arribats en aquest punt, un es pregunta si els periodistes del present i del futur estan preparats per encarar els reptes del periodisme en el món digital. "Aquí hi ha dos factors", esclareix Hernández. "D'una banda, el més fàcil és fitxar joves

**"AIXÒ NO ÉS UNA CRISI, ÉS UN CANVI DE MODEL QUE NO AFECTA NOMÉS L'OFICI, SINÓ TOTA LA SOCIETAT"** Lluís Bassets, *El País*

periodistes amb convenis paupèrrims perquè facin notícies de *clickbait*, però el que realment és difícil és que el periodista que té experiència i formació aprengui el nou llenguatge amb què s'ha d'adreçar al

públic i el lector", va afirmar el director d'*El Periódico de Catalunya*.

"El que és evident —va prosseguir Bassets— és que les bones informacions i la bona feina periodística s'ha de pagar bé". Per aquest motiu, creu que des dels àmbits sindicals i col·legials s'ha de reivindicar que la bona feina estigui ben pagada.

"Aquesta ha de ser la nostra exigència", va afirmar. Això sí, ell mateix reconeix que no existeix, actualment, cap model de pagament que tingui la solució de tot plegat. "En el periodisme, hem passat diverses crisis al llarg de la

història, encara que això no és una crisi, és un canvi de model que no afecta només l'ofici, sinó tota la societat". Per això, creu que estem en un cas en què el mètode de prova i error és fonamental. Hem de posar-hi bé el focus. **Ç**

*Dossier*  
*VI Congrés de Periodistes de Catalunya*



# EL FUTUR PASSA PER LES AULES

La taula sobre els estudis universitaris  
va evidenciar la necessària actualització  
a què s'ha de sotmetre l'educació superior

Les facultats que formen els periodistes del futur han de reinventar-se per adaptar-se als nous temps, però els joves llicenciats també han d'apostar per una cultura més humanista, més enllà de les tecnologies. I, tot plegat, en un entorn canviant i carregat de precarització. Aquestes van ser algunes de les conclusions de la ponència del congrés que se centrava en la vessant acadèmica i en la qual no van faltar ni crítiques del públic ni autocrítica dels mateixos ponents.



TEXT ALBERTO GÓMEZ



Quan s'obre el debat sobre la incidència de la universitat sobre el periodisme, fa anys que molts es fan una pregunta clara: sobren estudiants a les facultats? Sobre el rol dels acadèmics en l'ofici, a la ponència organitzada en el marc del VI Congrés de Periodistes de Catalunya, van sorgir altres qüestions. Surten realment preparats els nous llicenciats? S'ha d'establir l'obligatorietat d'estudiar i llicenciar-se per exercir? Les facultats, s'adaptin als nous temps de la professió? Aquests són alguns dels paràmetres que van marcar la ponència que portava per títol "Formar periodistes: a la universitat i a l'empresa", un punt de partida al qual van intentar respondre quatre experts en la matèria com són Maria José Recoder (Universitat Autònoma de Barcelona), Lourdes Ballarín (Universitat de Lleida), Josep Vives (Universitat Internacional de Catalunya) i Carme Colomina (Universitat Pompeu Fabra i Col·legi d'Europa de Bruges). Tots ells reputats professors i a la vegada reconeguts professionals. Van ser moderats per la Sara Sans, presidenta de la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes.

La idoneïtat de reduir el nombre d'estudiants a les diferents universitats on es pot estudiar Periodisme avui dia a Catalunya va planejar, com no, sobre gran part de la taula rodona, començant per la moderadora, que va recordar que, l'any 2000, fins a 1.200 joves estudiaven per ser periodistes, mentre que l'any 2010 ja n'eren 2.500. Maria José Recoder va assegurar que la demanda de joves llicenciats a la

recerca de feina i el nombre de llocs per ocupar no es corresponen de cap manera, tanmateix Carme Colomina va deixar-ho encara més clar: tants llicenciats a l'any precaritzen la professió. Recoder va apuntar que toca al Govern de la Generalitat regular les peticions per entrar a les aules. I que només hi ha dues alternatives: reduir el nombre d'estudiants o diversificar els graus ja existents.

Una última i desesperada solució seria deixar que passi el temps perquè, segons algunes previsions demogràfiques, potser d'aquí a deu o vint anys hi haurà menys joventut disposada a estudiar una carrera universitària. En aquest sentit, Lourdes Ballarín va admetre que les facultats han de ser rendibles i que seria lògic que s'adaptin a les necessitats del mercat. La periodista de TVE, que actualment treballa

"LES UNIVERSITATS ARRIBEN TARD ALS CANVIS DE LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ. ELS PROFESSORS S'HAN D'ADAPTAR ALS NOUS TEMPS" Carme Colomina, UPC

a la delegació de Lleida, també va apuntar un problema afegit a la mencionada sobre demanda d'aspirants a treballar: "Les empreses periodístiques aposten, cada vegada amb més freqüència, per cobrir esdeveniments amb el nombre de persones més reduït possible. Per això, existeix el model de "periodista multimèdia", que no deixa d'amagar el model de "periodista orquestra". Però som humans i no podem

fer-ho tot a la vegada! I no oblidem que la feina també hi surt perjudicada, perquè no és el mateix fer-ho entre dues persones que només amb una".

## HI HA SORTIDA?

Davant d'aquesta problemàtica, Josep Vives va voler apostar per sortides més diversificades: "Hem de pensar en altres perfils. Per exemple en les empreses que necessiten o que volen comunicar. Molts estudiants entren a la carrera pensant que acabaran amb un micròfon a la mà. I, en canvi, ho fan comunicant o assessorant per comunicar millor a petites o grans empreses".

En una de les seves optimistes intervencions, Vives, actual portaveu del Futbol Club Barcelona, va ser contundentment entusiasta: "Hi ha mercat".

En aquesta línia, Recoder admetia que a la UAB cada cop hi ha més estudiants que mostren curiositat per treballar en

gabinets de comunicació, "fins i tot amb interès per crear les seves pròpies empreses d'assessorament en comunicació a petites o mitjanes companyies". També, Colomina admetia que les universitats "arriben tard als canvis de la societat de la informació. Ara bé, tenim sort que els mateixos estudiants ja han assumit perfectament els canvis que s'estan produint. El problema és que els programes de les facultats no

mostren aquests canvis. Per tant, els professors s'han d'adaptar als nous temps i al nou alumnat que té davant. Digui el que digui el programa de l'assignatura”.

La periodista del diari *Ara* també va afegir que “el sector demostra que la diversitat de tasques s'estén. Per tant l'especialització és

**"ALS NOUS LLICENCIATS ELS TOCA ADREÇAR-SE A ALTRES SECTORS, COM INTERNET, GABINETS DE COMUNICACIÓ O XARXES SOCIALS"** Lourdes Ballarín, UdL

el futur. Ens falta posar-nos a l'alçada del que demana el mercat”. Ballarín també coincidia en el fet que, si els llocs de feina “clàssica” estan esgotats, als nous llicenciats els toca “autoinventar-se o adreçar-se a altres sectors, com Internet, gabinets de comunicació o xarxes socials”. Malauradament, tots els ponents van coincidir a dir que l'esforç perquè aquests joves puguin viure de l'ofici, per molt que sigui un “Periodisme 2.0”, de moment, no ho estan fent les facultats. “Van a remolc de les necessitats del mercat. S'intenta, des de les aules, formar-los perquè puguin trobar nínxols de mercat. Amb tot, queda molt camí per recórrer”, va afegir Ballarín.

Un dels handicaps que troben els futurs periodistes és l'empitjorament de la qualitat de les pràctiques. I aquí sí que es pot dir allò que “qualsevol temps passat va ser millor”. Perquè, com va sentenciar de manera contundent la professora de la Universitat de Lleida, “la proliferació d'estudis de Periodisme va fer que alguna facultat s'adrecés als mitjans per oferir-los becaris de manera gratuïta. Cosa que abans quasi mai passava. Eren temps en què les pràctiques es cobraven. Ara, fins i tot hi ha joves que paguen per fer pràctiques. Tota una trista realitat”.

## POC PREPARATS?

Les persones convidades a la taula rodona van concórrer que els nous llicenciats arriben al carrer, a més del problema

quantitatiu esmentat, menys preparats del que els agradaria. Són llicenciats 2.0, sí. Són una generació molt preparada en temes virtuals. D'acord. Però no és suficient. No tenen la formació ideal i completa que hauria de tenir un redactor per cobrir qualsevol esdeveniment i rematar-ho amb un reportatge decent. I no és precisament per culpa dels mateixos joves.

Tot i així, es tracta d'un assumpte que, malauradament, no s'arregla a curt

termini. Perquè no és suficient amb tancar l'aixeta i reduir el nombre de llicenciats per any. Els ponents de la taula rodona més acadèmica del congrés troben en un esgraó diferent els nous periodistes

**"ALS NOUS PERIODISTES ELS FALTA POLIVALÈNCIA. I, SOBRETOT, QUE SIGUIN MÉS REFLEXIUS. MÉS CURIOSOS. MÉS CRÍTICS"** Josep Vives, UIC

comparat amb allò que demana el mercat periodístic. Segons Vives, “els falta

polivalència. I, sobretot, que siguin més reflexius. Més curiosos. Més crítics. Amb una mentalitat més oberta cap al món”. Per tal d'aconseguir aquest esperit, Vives reconeixia que ni les facultats ni les famílies hi ajuden gaire.

Recoder també insistia dient que per educar i formar ciutadans crítics. “Que es noti la seva base de cultura humanística. No pot ser que només vulguin un micròfon”, va sentenciar la degana de la Facultat de Comunicació de la UAB, que feia una defensa clara del que és primordial per als futurs descriptors de la realitat: saber llegir i saber escriure, evidentment, no només en el més estricte significat dels dos verbs.

Colomina va estar d'acord amb Recoder quan afirmava que molts estudiants estan quasi obsessionats a fer bé els exercicis pràctics, deixant d'una banda la formació més teòrica, però igualment imprescindible. “Jo tornaria als plans d'estudis de fa quinze anys. Amb menys hores pràctiques i menys as-



La periodista i professora Carme Colomina durant la seva intervenció en el debat.



D'esquerra a dreta; Lourdes Ballarín, Carme Colomina, Maria José Recoder, Joan Vives i Sara Sans, protagonistes de la taula dedicada a la universitat.

signatures per semestre” va reclamar Recoder. Colomina exigia, en aquest aspecte, que les facultats ensenyin, sempre i en tot cas, “l’ofici de preguntar. Repreguntar. No oblidar de ser la ‘mosca collonera’ que sempre ha estat un periodista”.

## PRESTIGI I IL·LUSIÓ

Posats d’acord a formar periodistes crítics, valents i indomables, ja seria suficient? Recoder va insistir que, en l’actualitat, la professió es discuteix i és posa en dubte per diferents raons. I tant costa assumir-ho... com arreglar-ho: “Ens toca reivindicar l’ètica i els valors dels professionals, un compromís social” per part dels que assisteixen a les rodes de premsa en el seu dia a dia. “Tenim l’obligació de recuperar el prestigi perdut. I potser hauríem d’obrir

el debat sobre l’obligatorietat d’estudiar per poder exercir”, va afegir.

Sara Sans, al seu torn, coincidia a declarar que al sector li falta prestigi tot i que,

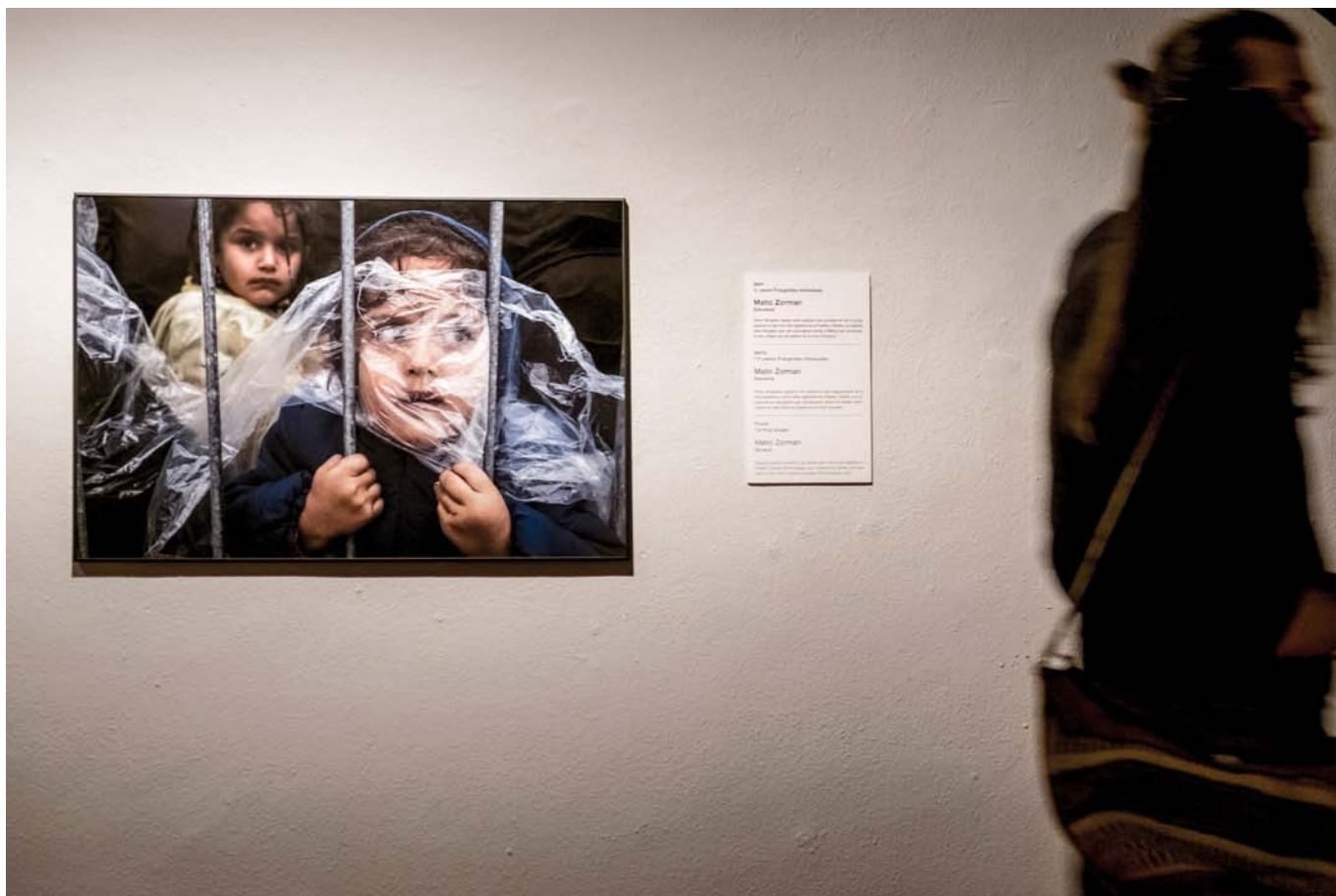
**"CAL QUE ES NOTI LA BASE DE CULTURA HUMANÍSTICA. NO POT SER QUE NOMÉS VULGUIN UN MICRÒFON"** Maria José Recoder, UAB

curiosament, continuen sent dels estudis més demanats cada vegada que acaben les proves de selectivitat.

La falta de prestigi i la manca d’il·lusió en certa part de l’alumnat present a les aules actuals va protagonitzar el torn de paraules de la ponència, en què diferents

estudiants van prendre la iniciativa reclamant recuperar la màgia amb la qual van entrar el primer dia a classe. Pràcticament de manera unànime, els ponents van insistir en el fet que no són bons temps per al sector, que és una feina cada vegada pitjor pagada i pitjor valorada. Si bé accepten que és millor no abandonar el vaixell d’una

professió vocacional com poques. Que és inesgotable la capacitat d’il·lusionar-nos, adaptar-nos al que calgui i informar sobre qualsevol situació digna d’explicar que esdevingui en el món. I que les ganes de relatar històries sempre acabarà pesant més que el cansament d’una precarització que cap periodista valent es mereix. Ç



# UN LLARG I TORTUÓS CAMÍ

El Pla Nacional de Fotografia, que recull moltes demandes del sector i estava força aturat mesos enrere, sembla reactivar-se.

TEXT **ÓSCAR GARCIA**  
FOTOS **SERGIO RUIZ**

Una imatge de l'exposició del World Press Photo que cada any congrega milers de visitants al CCCB.

**A l'inici dels vuitanta, diverses veus ja van insistir reiteradament en la necessitat de protegir el patrimoni fotogràfic català i potenciar la cultura i conscienciació sobre la fotografia. Casos com el de l'arxiu Centelles o del fotògraf Manel Armengol han evidenciat la necessitat d'una actuació efectiva en aquest sentit. És el Pla Nacional de Fotografia l'eina per canvia-ho? En aquestes pàgines, reproduïm les primeres demandes per disposar d'aquesta eina, la recent preocupació perquè la iniciativa estava força aturada i com, al final, sembla que s'ha reactivat.**

La recuperació i protecció del patrimoni fotogràfic català, així com la necessitat de posar unes bases sobre les quals s'ordeni un sector que, tradicionalment, no ha comptat amb el suport de les institucions explica que, des de fa més de trenta anys, es demani dotar dels recursos i les eines suficients a la fotografia del país.

La immobilitat, però, s'arrossega des de fa dècades i sembla que sigui difícil revertir-la. Ja l'any 1980, durant les Primeres Jornades Catalanes de la Fotografia, es reclamava la consideració de la fotografia com a element cabdal del patrimoni cultural català.

Setze anys després, el 1996, el Llibre Blanc del Patrimoni fotogràfic a Catalunya urgia a prendre mesures per avançar cap a la definitiva normalització, aprofitant les estructures ja existents, reciclant-les, en cas que això fos necessari, i creant-ne de noves per omplir els buits institucionals. A banda del patrimoni, el Llibre Blanc també mirava cap al futur i reclamava més atenció de les Administracions Públiques i d'altres entitats privades per establir un sistema d'ajuts dirigits a artistes, institucions i indústries culturals i un sistema de beques per a la creació, seguint el model

de comanda fotogràfica dirigida a potenciar la construcció i desenvolupament d'un fons patrimonial.

Catorze anys més tard, concretament a final del 2010, el Consell Nacional de la Cultura i de les Arts de Catalunya (CONCA) va lliurar al llavors conseller de Cultura, Joan Manuel Tresserras, un estudi exhaustiu que proposava una sèrie de línies

## EL 2010, UN ESTUDI DEL CONCA JA PROPOSAVA UNES LÍNIES D'ACTUACIÓ, COM EL PORTAL UNIFICAT QUE ES VA INAUGURAR CINQ ANYS DESPRÉS

d'actuació: polítiques patrimonials, de foment de la creativitat, educatives, d'estudi i recerca, i de difusió.

Dos aspectes de les seves conclusions són importants perquè continuaran centrant l'actualitat fins als nostres dies. Primer, desaconsellaven la creació d'un Centre Nacional de Fotografia, ja que "entraria obertament en conflicte amb una xarxa descentralitzada i ja existent, de gran

potència i magnitud, i amb les tasques que exerceixen, encara que precàriament, els dos grans museus, MNAC i MACBA".

L'altre aspecte destacable de l'estudi elaborat pel CONCA era l'aposta per la dignificació de certs camps de la pràctica fotogràfica (citaven el fotoperiodisme i la fotografia publicitària com a exemples), "per als quals es mantenen encara avui perspectives

restrictives i elitistes procedents de determinades concepcions historiogràfiques de l'art, especialment al nostre país".

L'informe en qüestió també defensava l'ús d'Internet com a eina que podia ser de gran utilitat per a la difusió del patrimoni fotogràfic: "Cal fer accessible tota aquesta informació a través d'un portal unificat d'Internet; l'establiment del portal web, convertit en la cara visible i pública de la

## EL PATRIMONI, EN UN CLIC

Un fruit del Pla Nacional és Fotografia a Catalunya ([www.fotografiacatalunya.cat](http://www.fotografiacatalunya.cat)), el primer portal web que recull el patrimoni fotogràfic català i que es coneix com Portal Alabern-Fotografia en homenatge a l'autor que, el 10 de novembre de 1839, va fer el primer daguerreotip d'Espanya. El portal, que va començar a final del 2015, acull 1.600 fotografies i 300 recursos en línia que tenen com a objectiu difondre el patrimoni fotogràfic català, quantificat en 35 milions d'imatges, però dispers i conservat en 323 arxius, tant públics com privats.

El portal –desenvolupat per l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural del Departament de Cultura amb la participació del Museu Nacional d'Art de Catalunya– permet buscar, mitjançant un potent cercador, imatges per fotògraf (de cada autor s'inclou una biografia i totes les referències a les seves exposicions), col·leccions o institucions i ofereix les imatges en alta resolució. La selecció d'autors ha estat obra d'un grup d'experts que han assenyalat els 600 fotògrafs imprescindibles de la fotografia, cànon que, en teoria, s'anirà ampliant malgrat que, a final del 2016, tan sols hi ha un centenar d'aquests fotògrafs al portal.

xarxa, hauria de substituir la inexistència d'un centre nacional de la fotografia de caràcter patrimonial”.

## ES MOUEN COSES

Havien passat tres dècades i el diagnòstic era clar, però poc s'havia fet per canviar la situació. Entre les accions dutes a terme, el 1996, s'havia creat el Departament de fotografia del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) i s'havia inclòs la fotografia entre les adquisicions del Fons d'Art de la Generalitat de Catalunya. El 1998, un intent de sistematitzar la informació sobre els arxius dels fons fotogràfics de Catalunya va ser fruit de la iniciativa privada i no va tenir continuïtat.

El juliol del 2011, els mitjans de comunicació es feien ressò de les conclusions de l'informe del CONCA i recollien les

declaracions del conseller de l'organisme, Xavier Antich, que afirmava que “fins ara, les institucions públiques no han estat a l'alçada” i definia “d'escàndol” l'oblit respecte al patrimoni fotogràfic. Antich acuitava el departament de Cultura a actuar i s'oposava a la intenció del conseller, Ferran Mascarell, expressada dies abans,

## EL PLA NACIONAL DE FOTOGRAFIA, APROVAT A FINAL DEL 2014, TÉ DEU EIXOS D'ACTUACIÓ, MOLTS DELS QUALS ENCARA NO S'HAN EXECUTAT

de crear un Centre Nacional de Fotografia i deixava clar que el centre entraria en conflicte amb una xarxa descentralitzada de museus i arxius ja existent. “Caldria evitar la temptació príncipesca de molts polítics de començar des de zero”, va concloure Antich.

Mascarell havia anunciat la idea del Centre Nacional, el 23 de juny de 2011, en un acte al Col·legi de Periodistes davant

una àmplia representació de la fotografia catalana que omplia la sala d'actes. Aquell dia el conseller va ser molt clar quan va mostrar la voluntat d'acabar amb “la política erràtica dels últims trenta anys”. Va mostrar autocrítica i ganes de fer coses.

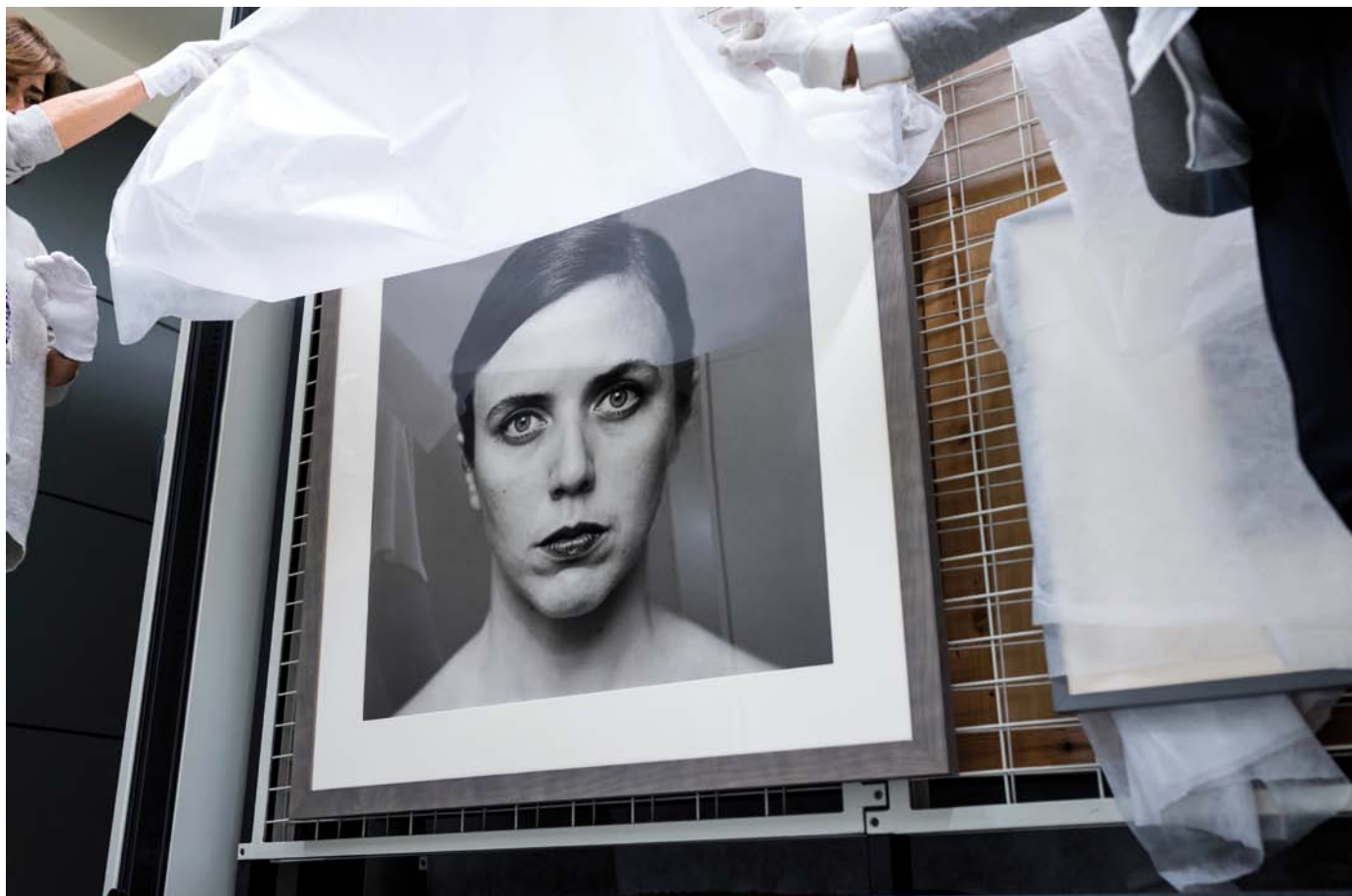
Només feia un any i mig del famós “cas Centelles” quan es va saber que els fills d'Agustí Centelles havien arribat a un acord amb el Ministeri de Cultura per vendre-li el fons fotogràfic del seu pare,

que aniria al Centro Documental de la Memoria Histórica de Salamanca.

La polèmica estava servida. El conseller

Tresserras va acusar el Ministeri de “deslleialtat flagrant” ja que, segons ell, l'Estat coneixia la negociació que la Generalitat tenia amb els fills de Centelles per a l'adquisició del fons. Fins i tot va arribar a dir que “el cas Centelles és una operació política per contraposar el retorn dels papers de Salamanca”.

Calia, doncs, començar a posar les bases per ordenar i recolzar el sector. Amb



Una de les fotografies -obra d'Humberto Rivas- que formen part de l'arxiu fotogràfic del MNAC.

aquesta intenció Ferran Mascarell, que ja havia deixat ben clares les seves intencions en l'acte del Col·legi de Periodistes, aquell juny de 2011 va encarregar un informe a un comissió d'experts.

A la comissió, formada per tretze persones, hi havia professionals dels museus i arxius, a més d'historiadors de la fotografia, docents, galeristes, crítics i fotògrafs. Els experts, que es van reunir en més de quinze ocasions, van elaborar un document amb les principals demandes. "Vam aconseguir un document molt pràctic," explica Laura Terré, historiadora i experta en fotografia que formava part d'aquella comissió.

En el document demanaven que es tinguessin en compte les aportacions de l'estudi que en el seu moment, dos anys enrere, havien fet des del CONCA i que els experts de la comissió definien com a "valuoses". També proposaven la creació

## QUAN SEMBLAVA QUE TOT ES POSAVA FINALMENT EN MARXA, AL GENER ARRIBA EL CANVI DE GOVERN I EL SILENCI ADMINISTRATIU

d'un ens independent, l'Observatori Nacional de la Fotografia a Catalunya (OnFoCat), per regular les polítiques que

garanteixin la correcta conservació del patrimoni fotogràfic.

Entre altres accions, proposaven inventariar els fons així com les col·leccions públiques i privades i promoure la creació d'un portal de la fotografia catalana per impulsar-ne el coneixement. L'informe es va presentar a la Direcció General de Patrimoni el març

del 2012. Com a resposta, el silenci. "No vam obtenir ni tan sols el justificant de recepció", assegura Terré.



Tècnics del MNAC manipulen una sèrie d'originals del fons fotogràfic d'aquest museu.

## ELS PUNTS CLAU

L'octubre del 2014, després de l'enterrament d'Oriol Maspons, el fotògraf Manel Esclusa va tenir una conversa informal amb Artur Mas, president de la Generalitat, i Ferran Mascarell, conseller de Cultura, i es lamenta que des de les Administracions no s'estigui fent res per la fotografia.

Mascarell va agafar el guant i va optar per crear una nova comissió d'experts per analitzar, de nou, la situació. "Organitza'm una reunió amb persones amb què confius per fer una anàlisi de la situació i què cal fer", li demana el conseller.

Esclusa va contactar, entre altres, amb Laura Terré, que així descobreix que

s'estan duent a terme nous treballs sense que ningú hagués donat encara resposta a les propostes que havien presentat el grup d'experts del qual ella havia format part. "Les necessitats eren evidents —recorda Terré—, no calia analitzar els perquè sinó trobar-hi solucions. Vaig dir a Manel Es-

## EL CONSELLER ASSEGURA QUE LA GENERALITAT I L'AJUNTAMENT ESTAN ANALITZANT ALTERNATIVES AL CENTRE NACIONAL DE FOTOGRAFIA

clusa que hi participaria amb la condició de representar la comissió anterior i de tenir presents els acords previs".

Aquest és l'origen del Pla Nacional de Fotografia, la redacció del qual es va aprovar en acord de Govern, el 30 de desembre de 2014. Un Pla que volia generar una política institucional integral i estructurada per a la promoció de la fotografia i el patrimoni catalans.

El Pla presentava deu eixos d'actuació:

- 1) Crear un portal de fotografia.
- 2) Crear l'instrument

de protecció i descripció del patrimoni fotogràfic. 3) Crear el Fons Nacional de Fotografia. 4) Ampliar la col·lecció naci-



onal de fotografia històrica i contemporània. 5) Establir criteris comuns de gestió de col·leccions. 6) Incorporar la fotografia en el relat del MNAC. 7) Identificar i formar els centres de referència en la restauració, conservació i preservació del patrimoni fotogràfic de Catalunya. 8) Incorporar la fotografia en els programes universitaris i promoure la formació a través de graus professionals. 9) Crear el Centre Nacional de Fotografia. 10) Crear la Comissió d'Impuls. “Dels 10 punts que presentaven, 7 o 8 ja eren a la nostra proposta, però amb diferent redactat, ens trobàvem de nou en una fase discursiva, d'anàlisi, no de decisió”, explica Terré.

El 2015, el Pla Nacional disposava d'un pressupost de 460.000 euros. D'aquest total, els apartats més elevats eren, per una part, per a la col·lecció nacional de fotografia (175.000 euros) i, per l'altra, per al portal web Alabern-Fotografia a Catalunya (100.000 euros), que es va estrenar a

## ELS EXPERTS VAN MOSTRAR LA SEVA PREOCUPACIÓ PERQUÈ EL PLA NO AVANÇAVA I L'ADMINISTRACIÓ VA REACCIONAR. TOT, DONCS, S'HA ACTIVAT

final d'aquell any (vegeu desglossament). Semblava, doncs, que per fi es començaven a deixar enrere les intencions i es començava a actuar.

### CANVI DE GOVERN

Però quan semblava que tot es posava finalment en marxa, el passat gener va haver-hi canvi de Govern. I silenci administratiu. Entre gener i juliol no va tenir lloc cap reunió. Els integrants dels diferents eixos i de la Comissió d'Impuls, responsable de supervisar i impulsar els eixos, feien palès el seu neguit.

Les crítiques per l'estat, força aturat, del Pla va provocar que al desembre una sèrie de vocals de la Comissió d'Impuls i experts fessin arribar un document expressant la seva preocupació a la conselleria

de Cultura. De seguida se'ls va convocar a dues reunions. La primera amb Jusèp Boya, director general d'Arxius, Biblioteques, Museus i Patrimoni. La segona amb el conseller Santi Vila.

### REACCIÓ POSITIVA

Aquelles queixes van servir per desencallar el Pla. La resposta dels responsables de Cultura va ser positiva i tot apunta que a partir al 2017 s'obrirà una via permanent de diàleg amb aquests experts per començar a treballar colze a colze amb ells en els aspectes del Pla Nacional que necessitaven un major impuls. Així doncs, aquest llarg camí iniciat fa anys gaudeix a dia d'avui tant de voluntat política com d'interès i de màxima implicació per part dels experts.

El conseller de Cultura, Santi Vila —que va ser contactat per CAPÇALERA abans d'aquesta darrera reunió amb els experts— confirma que es continuarà actuant: “Potenciarem el portal web Alabern-Fotografia a Catalunya i mantindrem la línia d'ajuda d'adquisicions, potenciant-la i complementant-la amb la reactivació del Fons Nacional d'Art de la Generalitat”. Respecte al Centre Nacional de Fotografia i preguntat si hi ha cap avanç al respecte, el conseller afirma que estan analitzant “altres alternatives en diàleg constant amb l'Ajuntament de Barcelona”.

Per part dels experts, les prioritats també semblen estar clares. “Cal analitzar la situació de la fotografia a Catalunya; s'ha de generar patrimoni i construir la memòria del país ara, no només recopilar el patrimoni antic; fixar pedagogies de la imatge per a les generacions futures i sistematitzar la producció de la memòria”, afirma Pepe Baeza, que participa a la Comissió d'Impuls en representació del Sindicat de la Imatge-UIPFC.

El 2010, un dels experts a qui es va sol·licitar l'opinió per realitzar l'informe del CONCA era el reconegut fotògraf Manel Armengol. Sis anys després de col·laborar proposant mesures per a la protecció del patrimoni fotogràfic, el 18 de gener de 2016, *Report.cat*, setmanari digital del Col·legi de Periodistes, denunciava el desnonament al qual es veia abocat —i que va tenir lloc uns dies després— i el perill que aquest fet comportava per a la conservació del seu arxiu personal ja que, davant del silenci dels arxius a la seves peticions, no sabia on deixar-lo. Un fet que demostra, un cop més, la situació en què es troba la fotografia de casa nostra. Ç

Més informació a:

[www.fotografiacatalunya.cat](http://www.fotografiacatalunya.cat) → Portal Alabern  
-Fotografia a Catalunya



# FILLES I VÍCTIMES DEL CANVI POLÍTIC

Retrat del paper important de les revistes amb l'arribada de la democràcia, tot i que moltes no van sobreviure als nous temps

TEXT NÚRIA SIMELIO

**Sàpiens Publicacions ha editat la col·lecció “Història del periodisme de Catalunya”, tres volums amb abundant informació que ha comptat amb la col·laboració de quasi quaranta experts que analitzen la professió dels últims sis segles. En aquestes pàgines, reproduïm extractes d'un dels capítols, concretament el dedicat a les revistes (*Les revistes. Diversitat i especialització*). Escrit per Núria Simelio, professora de la UAB i doctora en Periodisme i Ciències de la Comunicació, s'hi repassa la trajectòria de diferents publicacions, i el paper que hi van tenir algunes, des de la Transició fins als nostres dies.**

L'etapa de la Transició i el context de canvi polític signifiquen un moment transcendent en el camp de la comunicació i en concret de les revistes d'informació general. No és fins a la Constitució del 6 d'abril de 1978 que es promulga la llibertat de premsa a l'Estat espanyol, però ja des de principi dels anys setanta el context social i polític provocarà que els setmanaris s'enfrontin a la censura i adoptin una posició més polititzada i de defensa de la democràcia, lligada a una creixent demanda d'informació. S'ha de ressaltar que en aquesta etapa les revistes, a diferència dels diaris, es van atrevir a fer un periodisme d'investigació, tractar temes més arriscats i ser més desafidores en els continguts.

Durant la Transició, algunes revistes que es consideren emblemàtiques per la seva posició crítica contra el franquisme van desaparèixer o perdre lectors durant els primers anys de la democràcia. Algunes de les que es feien a l'Estat espanyol són destacades i consumides a Catalunya: és el cas de *Triunfo* (1946-1982) i de *Cuadernos para el Diálogo* (1963-1978). En aquest mateix moment, d'altres eren conscients que el seu paper substitutori acabava i començava una nova època de menys unitat als consells de redacció.

La competència dels diaris en un nou context de llibertat de premsa i la nova normalitat democràtica van propiciar aquest declivi dels setmanaris. És el cas, per exemple, de *Triunfo*, que, tot i tenir una mitjana de 63.306 exemplars l'any 1977, va desaparèixer per motius econòmics el 1982. A més, va haver de fer front a diverses multes i processaments.

També des de la crítica política i la identificació amb l'esquerra antifranquista, però ampliant els continguts a la cultura, la sàtira i

EN LA TRANSICIÓ, A DIFERÈNCIA DELS DIARIS, LES REVISTES VAN FER UN PERIODISME D'INVESTIGACIÓ I VAN SER MÉS DESAFIDORES

l'oposició al poder, neix l'any 1976 a Barcelona la revista mensual *El Viejo Topo* (1976-1982; 1993), la revista intel·lectual de més prestigi de l'època. Cal destacar la clara defensa dels nous corrents polítics com l'ecologia, el pacifisme i el feminisme.



*El Viejo Topo*, com d'altres publicacions en castellà però feta a Barcelona, compartirà amb altres revistes de contracultura alternativa, com *Ajoblanco* (1974-1980), *Star* (1974-1980), *Ozono* (1975-1979) i *Nueva Lente* (1971-1983), una posició crítica contra la reforma política, i defensarà la ruptura amb el franquisme des de posicions més llibertàries que els setmanaris polítics. *Ajoblanco* sorgeix relacionada amb el moviment estudiantil i el hippie, la lluita obrera i l'art conceptual. Per la seva banda, *Star* se centrarà en el món del còmic underground; *Nueva Lente*, en la fotografia experimental i avantguardista, i *Ozono*, en la cultura musical. De

## LES DISSENSIONS DINS D'AJOBLANCO ENTRE LLIBERTARIS, CATALANISTES I COMUNISTES VA SER UN DELS FACTORS DEL SEU TANCAMENT

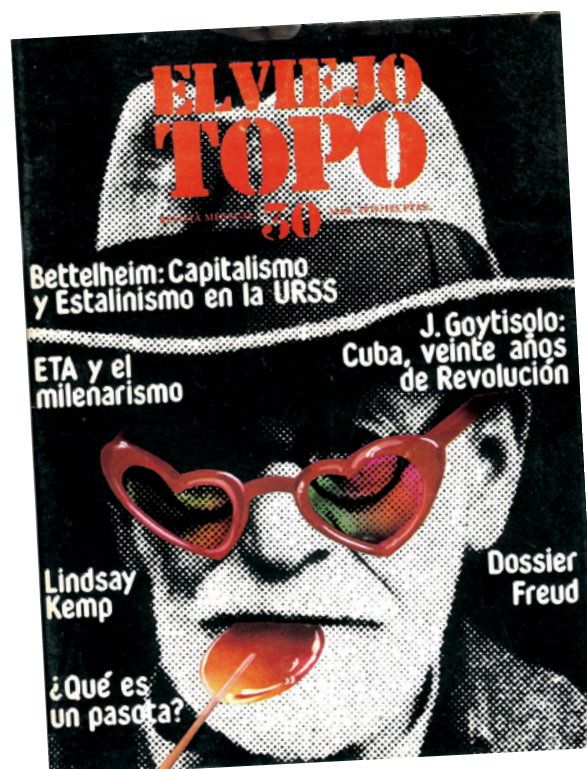
totes elles, la que va tenir més acceptació per al públic lector va ser *Ajoblanco*, amb un càlcul de 90.000 exemplars venuts l'any 1977. La revista va ser impulsada per José Ribas, estudiant de Dret i d'ideologia llibertària, i va aglutinar tot un seguit d'intel·lectuals relacionats amb la cultura, l'art, la literatura i la filosofia. En la redacció dels textos van participar, entre d'altres, Quim Monzó, Luis Racionero, Ramon Barnils i Núria Amat. La revista va destacar per publicar continguts socials innovadors com els relacionats amb l'ecologia, l'urbanisme sostenible o el moviment gai.

Però les dissensions dins de la revista entre tres sectors diferenciats (llibertaris, catalanistes i comunistes) va ser un dels factors que va desencadenar-se en el tancament.

## CANVIS DE L'ÈPOCA

Tal com va passar amb els setmanaris polítics, l'arribada de la democràcia va significar, paradoxalment, la desaparició d'aquestes publicacions de contracultura que eren a "l'esquerra de l'esquerra" i que van significar l'arribada de noves idees i propostes internacionals amb un alt nivell intel·lectual i cultural. Entre les raons d'aquest declivi es poden enumerar els canvis socials dels anys vuitanta; la competència de la premsa en democràcia, lligada als nous suplementos dels diaris; les desavinences entre els periodistes de les mateixes publicacions, i la falta de suports econòmics i polítics. La difícil gestió dels dissensos polítics sense cultura democràtica podria ben bé ser una marca de l'època.

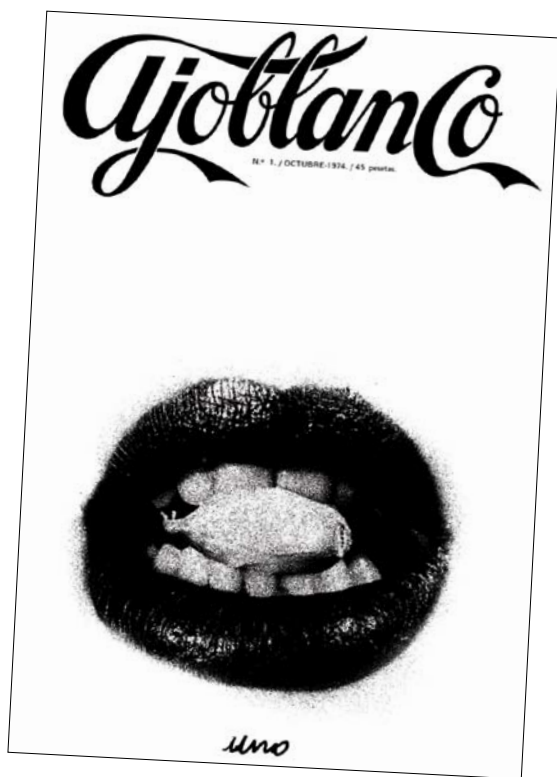
La transformació sociològica i cultural de la Transició, juntament amb l'eliminació de la censura, va portar també a canvis psicològics. Un dels trets identitaris de les noves ànsies de llibertat es va manifestar en l'erotisme i l'anomenat *destape*. En aquest context van sorgir diverses revistes eròtiques que es van convertir en un fenomen de masses en els primers moments. El Grupo Zeta, liderat per Antonio Asensio, va crear el 1976 el setmanari *Interviú* i les revistes eròtiques: *Yes*, *Lib* i *Penthouse*. Altres revistes del moment van ser *Macho*, *Pen*, *Clímax* i *Bazaar*. Totes aquestes publicacions pràcticament van desaparèixer amb l'evolució de





## UNA OBRA COMPLETA

La col·lecció “Història del periodisme de Catalunya” és un ambiciós treball que s’estructura en tres volums temàtics/cronològics. El primer aborda des del segle XV a la Guerra Civil, el segon se centra en la dictadura franquista i el tercer va de la Transició a l’actualitat. Editada per Sàpiens Publicacions, compta amb el suport de la Secretaria de Comunicació de la Generalitat. La direcció editorial ha anat a càrrec de Francesc Canosa, mentre que Josep Maria Figueres (professor d’Història del Periodisme de la UAB), Francesc Salgado (professor de Periodisme de la UPF) i Josep Lluís Micó (catedràtic de Periodisme de la URL) han estat els directors científics del primer, el segon i el tercer volum, respectivament. L’obra consta de quasi una quarantena d’autors, entre els quals hi ha periodistes, historiadors, catedràtics, doctors, professors i escriptors. També s’ha comptat amb la participació dels arxius i fons fotogràfics més importants del sector, a més d’altres pocs coneguts i de col·leccions privades.



la democràcia, amb l’ excepció d’ *Interviú*, que es pot considerar un setmanari diferenciat, ja que la seva fórmula barreja erotisme amb periodisme d’ investigació i anàlisi política. Tot i així, les seves tirades més importants van ser durant el període de la Transició, en què van arribar als 700.000 exemplars l’ any 1978.

*Interviú*, de fet, serà la revista capdavantera de la primera etapa del periodisme d’ investigació a l’ Estat espanyol (1975–1982),

juntament amb *Cambio 16*. L’inici de la Transició coincidirà amb les repercussions derivades de la investigació de dos periodistes del *The Washington Post*, el famós cas Watergate, que va comportar la dimissió del president Richard Nixon l’ agost del 1974. Durant

## IGUAL QUE AMB ELS SETMANARIS POLÍTICS, LA DEMOCRÀCIA VA SIGNIFICAR, PARADOXALMENT, LA FI DE LES PUBLICACIONS CONTRACULTURALS

aquest període el periodisme d’ investigació és principalment de caràcter militant i parteix de la defensa de la democràcia i l’ oposició al franquisme. Els principals periodistes d’ investigació que publicaran a *Interviú* i *Cambio 16* en aquest període són Xavier Vinader, Rafael Gómez Parra i Rafael Cid. Vinader publicarà a *Interviú* l’ any 1979 un seguit de reportatges sobre les actuacions de l’ extrema dreta al País Basc.

## L’ÈXIT DEL PÚBLIC FEMENÍ

En l’ àmbit de les revistes, seran les capçaleres destinades a un públic femení les que tindran una major difusió durant l’ etapa de la Transició i també després en democràcia. Així, *Pronto* (1972), editada per Publicaciones Heres, se situa l’ any 1979 com a líder de totes les capçaleres a l’ Estat espanyol, amb més de 900.000 exemplars venuts. La premsa femenina tradicional, amb revistes com *Lecturas* (1921) o *Hola* (1944), havia adoptat durant el règim dictatorial una posició defensora de la moral masclista i represso- ra del franquisme que relegava la dona a l’ àmbit privat. Els canvis en la situació de la dona durant aquest període i l’ arribada del



feminisme com a moviment social van propiciar també transformacions en aquest tipus de publicacions.

L'any 1976, neix *Dunia* (1976–1998) com a revista progressista dirigida a les dones de classe mitjana que tenien una ocupació laboral i que s'oposava a la tradicional *Tèlva* (1963), més enfocada a les mestresses de casa conservadores. Però és amb l'obertura de l'Estat espanyol a la Unió Europea quan es produeix una veritable renovació amb l'aparició de les edicions nacionals de revistes internacionals, amb l'aterratge de grups internacionals inversors. El primer que s'instal·la a l'Estat espanyol fou la multinacional alemanya Bertelsmann, amb la seva filial editora de revistes Gruner&Jahr (G+J), seguida del grup francès Hachette Filipacchi.

En les revistes femenines i de moda de gran tiratge, en llengua castellana, es juga, doncs, en un tauler internacional. Durant la Transició es creen les edicions espanyoles de revistes internacionals com *Cosmopolitan* (1976–1977; 1990–), de l'empresa nord-americana Hearst Corporation, que va comprar Hachette el 2011, i *Marie Claire* (1977–1978; 1987), del grup francès Album i l'alemany G+J. Totes dues van ser un fracàs i van haver de tancar al cap de tan sols un any. A partir dels anys vuitanta reapareixeran i en aquell moment sí que es consolidaran i seran èxits de vendes. Les seves pàgines reclamaven autonomia, llibertat i drets per a les dones, però el seu model de feminitat rupturista i la seva obertura a temàtiques com ara la sexualitat femenina no van aconseguir sintonitzar amb la realitat local, tot i els canvis socials de la Transició i l'extensió de les posicions feministes.

## LES REVISTES AL SEGLE XXI

Durant la democràcia el camp de les revistes es diversificarà i sorgiran un seguit de publicacions especialitzades vinculades a grans grups editorials (principalment Hachette Filipacchi, Grupo Zeta, Unidad Editorial, RBA, G+J España Ediciones, Hearst Magazines España, Motorpress Ibérica, Prisma Publicaciones i Grupo Godó, entre d'altres), que seran les que més èxit tindran entre el públic lector i mostraran la gran importància d'aquest sector editorial.

Paral·lelament, els setmanaris d'informació general que van tenir tanta importància a la Transició aniran perdent la seva força i, malgrat els intents d'adaptar-se i renovar-se, no aconseguiran situar-se en una bona posició davant la competència dels diaris i principalment dels seus suplementos, que compleixen el mateix

ALS ANYS SETANTA, LA FEMINITAT RUPTURISTA DE *COSMOPOLITAN* O *MARIE CLAIRE* VA SER UN FRACÀS, NO VAN SINTONITZAR AMB LA REALITAT DEL CARRER

paper i que són una gran aposta dels editors, que els promouran amb promocions publicitàries i regals. Dels setmanaris d'informació general, només continuen tenint una certa rellevància *Cambio 16* (1971) i *Tiempo de hoy* (1982), del *Grupo Zeta*, que és l'única que continua sotmesa a l'OJD (Oficina de Justificació de la Difusió), amb una tirada mitjana de 44.430 exemplars l'any 2015.

## EL MERCAT CATALÀ

Durant la Transició van intentar assentar-se revistes lligades a partits polítics que havien tingut molta incidència social durant la República, però que en el nou sistema es van convertir en un fracàs. És el cas de la revista *Arrel* (1976–1977), pròxima al PSUC; *L'Hora* (1979–1981), d'àmbit socialista, i *Taula de canvi* (1976–1981), dirigida per Alfons Carles Comín i promoguda pel moviment socialista Bandera Roja. L'única que continua és *Catalunya* (1977), vinculada a la CNT i posteriorment a la CGT, el sindicat Confederació General de Treballadors.

Sí que es mantenen diverses revistes temàtiques, com, per exemple, *Els Marges* (1974), especialitzada en llengua i cultura, publicada a l'inici per Curial Edicions Catalanes i que el 2003 va passar a ser de l'editorial Avenç. Aquesta editora va sorgir a partir d'una de les altres revistes més destacades del període: *L'Avenç* (1977), de divulgació històrica i cultural. La revista va ser fundada per un grup d'estudiants universitaris i va destacar per la seva incidència en la recuperació de la memòria històrica, especialment relacionada amb la República i la Guerra Civil, en un context en què es feia imprescindible aquesta recuperació després de més de 40 anys de silenci i repressió.



Altres exemples són els de la *Revista Musical Catalana* (1984), hereva de la creada l'any 1904 per l'Orfeó Català i que va desaparèixer el 1936 a causa de la Guerra Civil, i la mensual *Revista de Catalunya* (1986), publicació emblemàtica fundada l'any 1924 per Antoni Rovira i Virgili en defensa de l'alta cultura catalana i que va viure diversos períodes. A causa del context polític, va ser reeditada a l'exili republicà, tant a França com a Mèxic, i finalment va iniciar una segona etapa a Barcelona l'any 1986, amb la direcció de Max Cahner.

De rellevància especial va ser el sorgiment del setmanari d'informació general *El Temps* (1985), editat a València per Edicions del País Valencià, capçalera de referència del nacionalisme català i im-

## L'IMPULS A LES CAPÇALERES EN CATALÀ ARRIBARIA EL 1983 AMB LA CREACIÓ DE L'ASSOCIACIÓ DE PUBLICACIONS PERIÒDIQUES EN CATALÀ (APPEC)

pulsada per Eliseu Climent. La seva visió periodística comprenia tota l'àrea lingüística catalana, amb redaccions a València, Barcelona i Palma. En el seu primer número van participar, entre d'altres, Joan Fuster, Joan Francesc Mira, Ramon Barnils i Vicent Ventura.

L'impuls a les capçaleres publicades íntegrament en català arribarà a partir de l'any 1983 amb la creació de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), a partir d'una quinzena de revistes que van decidir associar-se per promoure els continguts d'aquestes publicacions, amb l'impuls de Ferran Mascarell, que aleshores era director de la revista *L'Avenç*. L'Associació va arribar a aplegar 150 capçaleres i es manté per sobre de les 120 l'any 2016, sota la direcció de Lluís Gendrau, editor del Grup Enderrock.

D'altra banda, a partir dels anys noranta sorgiran noves revistes dedicades a públics especialitzats. És el cas de la mensual *Enderrock* (1993), dedicada a la difusió del pop-rock i la música popular catalana. L'any 2004 va guanyar el premi Nacional a la Projecció Social de la Llengua Catalana, concedit per la Generalitat de Catalunya, i anualment entrega els premis Enderrock de la música catalana.

També hi trobem *Descobrir Catalunya* (1997), especialitzada en turisme i periodisme de viatges, que posa especial èmfasi en el turisme de proximitat. L'any 2014 tenia una difusió mitjana de 10.281 exemplars, segons l'OJD. *Descobrir* destaca per la seva qualitat fotogràfica i l'enfocament d'aspectes tradicionals, de natura i de gastronomia.





La revista mensual *Cuina*, nascuda l'any 2001 i editada al principi per Edicions 62, es convertirà en un èxit de difusió, juntament amb *Descobrir Catalunya* i *Sàpiens*. Dedicada a la gastronomia, l'any 2014 tenia una difusió mitjana de 10.667 exemplars segons l'OJD.

L'any 2002 neix *Sàpiens*, centrada en la divulgació històrica. Segons dades de l'OJD del 2014, la capçalera mensual té una tirada mitjana de 23.645 exemplars i una difusió mitjana de 15.247, fet que la converteix en la primera publicació en llengua catalana. Està editada per *Sàpiens Publicacions*, que a més engloba algunes de les capçaleres en català amb més èxit de lectors, com ara *Descobrir Catalunya*, *Cuina*, *Revista dels Súpers* (1998), *Experiències* (2014) o el *Petit Sàpiens* (2016). També va ser impulsora de la posada en marxa de *Time Out Barcelona* i de *Lonely Planet Magazine*, versions catalanes de capçaleres anglosaxones.

## LES OPORTUNITATS D'INTERNET

Tot i la bona implantació de les revistes durant el segle XXI i la seva diversificació, és important destacar que la seva incidència entre el públic lector ha baixat al llarg dels últims anys. Així, segons dades de l'EMG del 2015, les revistes impreses tenen una

penetració del 38,5 %, una dada que contrasta amb la de l'any 1997, en què la implantació era del 54,7 %, o de l'any 2007, que era del 53,3 %.

La digitalització i l'avenç cada vegada més important d'Internet són les principals raons d'aquest declivi. Així, Internet tenia l'any 1997 una penetració del 0,9 %, mentre que l'any 2007 era

## TOT APUNTA QUE A LA XARXA DEL FUTUR ELS CONTENIDORS DE CONTINGUTS TEMÀTICS TINDRAN MÉS SORTIDA QUE LES REVISTES ACTUALS

del 26,2 % i l'any 2015 se situa en un 66,7 %. Molts lectors que busquen informació i divulgació especialitzada es poden haver decantat cada cop més per les revistes digitals, que aporten una informació molt més actualitzada que els setmanaris i les revistes mensuals. Al mateix temps, s'ha de destacar que a la xarxa la majoria de publicacions són gratuïtes, de moment, en contrast amb el preu de les revistes d'alta gamma mensuals, amb un procés de producció que resulta en un preu percebut com a alt.

Internet és una gran oportunitat per a aquest tipus de publicacions, ja que n'abaratix de manera molt important els costos de producció i permet publicar continguts més diversificats i alternatius, amb molta més immediatesa, tot i que amb problemes per accedir a la publicitat o a les subvencions públiques en un context de retallades entre el 2012 i el 2016. Tot i que les principals revistes impreses han obert portals a Internet, encara són reticents a publicar continguts per por de perdre vendes als quioscos.

Encara que l'OJD no controla l'any 2016 les revistes digitals, l'EGM situa la versió a la xarxa del setmanari d'humor satíric *El Jueves* com un dels portals amb més visitants l'any 2015, amb 596.000 visites mensuals, fet que demostra que es pot compaginar la publicació impresa amb la digital, ja que la revista al quiosc també és una de les més venudes.

De totes maneres, Alexa (que mesura el trànsit en línia a cada país), mostra que, si bé els diaris d'informació general digitals són molt visitats per la població, les revistes encara no són significatives a Internet —la primera del mesurador Alexa és el portal d'*Hola.com*, i ocupa la posició 143 de 500 de tot el que circula per Internet a l'Estat espanyol. Per tant, sembla que a la Xarxa el futur estarà més basat en els contenidors de continguts temàtics, que lideren tots els rànquings, que en les revistes tal com les coneixem. ☐



# QUAN LES NOTÍCIES DE TELEVISIÓ ES FILMAVEN EN CINE

Curiositats, argúcies i records dels primers reporters gràfics a Catalunya  
que van treballar als estudis de Miramar

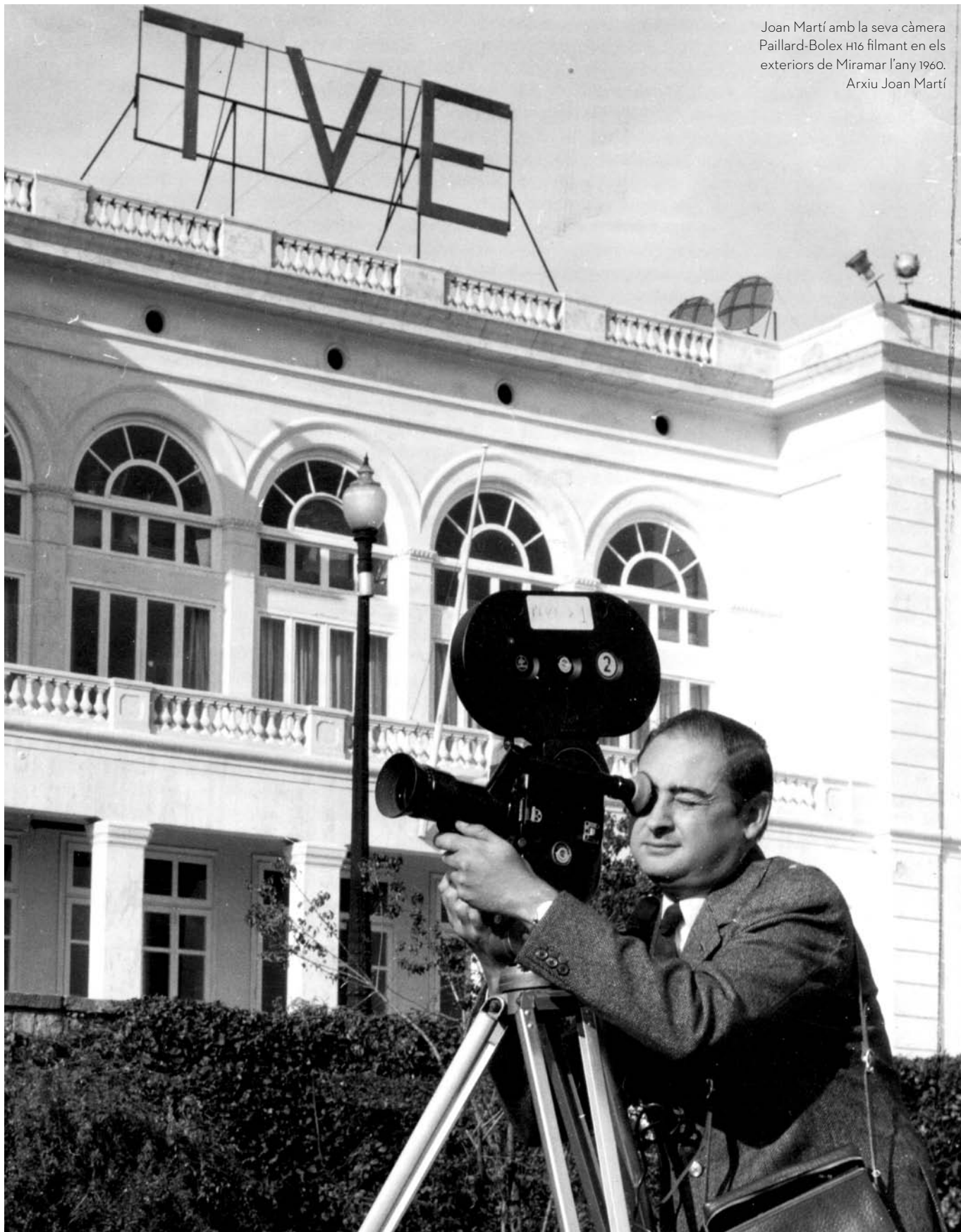
**La crònica de la televisió acumula nombroses anècdotes que sovint permeten entendre les dificultats i limitacions del moment. L'inici de TVE a Miramar n'és un bon exemple. En aquest article, tres veterans d'aquells estudis ja desapareguts recorden com mentre gravaven –en cine, ja que les pesades càmeres dels platós no podien sortir al carrer– imatges que han passat a la història, van suplir les carències tècniques del moment amb molta imaginació.**

TEXT J. F. ESCRHUELA NIUBÓ





Joan Martí amb la seva càmera  
Paillard-Bolex H16 filmant en els  
exterior de Miramar l'any 1960.  
Arxiu Joan Martí



Actualment, quan veiem un telenotícies o qualsevol altre programa informatiu a la televisió, no pensem mai que hi va haver una època en què les imatges que il·lustren les notícies del dia era molt

## LES PESADES CÀMERES NO PODIEN SORTIR DELS PLATÓS. ES VAN UTILITZAR LES DE CINEMA, MÉS ÀGILS, PERÒ QUE IMPLICAVEN HAVER DE REVELAR

difícil de poder-les tenir, i encara menys, tenir-les a punt per a l'emissió. Reculem en el temps: quan va arribar la televisió, les pesades càmeres electròniques no es podien treure dels platós, encara no s'havien inventat les videocàmeres ni els magnetoscòpis portàtils. Per tant, si es volien tenir imatges de les notícies del dia no hi havia altre remei que recórrer al cinema

que sí que disposava de càmeres petites i lleugeres, el que implicava haver de revelar la pel·lícula, un mal menor amb el qual es va haver de coniar davant la possibilitat de poder sortir al carrer.

Televisió Espanyola va inaugurar el 14 de juliol de 1959 els primers estudis de televisió a Catalunya, els mítics estudis

de Miramar, a la muntanya de Montjuïc de Barcelona. Era la primera vegada a la història que les ones hertzianes solcaven l'aire barcelonès.

En aquell moment ningú de la direcció de Miramar va pensar en muntar un departament de cinema que hauria d'haver disposat de càmeres, movioles,

laboratori i els seus corresponents tècnics. Quan des de Madrid es va donar l'ordre que Barcelona entrés dins el *Telediario* amb les imatges de les notícies del dia, el director, Luis Ezcurra, que també havia estat director de *La Vanguardia*, no sabia com fer-ho i va pensar a recórrer als seus amics fotoperiodistes. Va ser així com va néixer el primer equip de reporters gràfics de Televisió Espanyola a Barcelona i, per extensió, el primer de la història de la televisió a Catalunya, ja que durant dècades no en va existir cap altra fins que va arribar TV3 al 1983.

## EL RECURS DELS FOTOPERIODISTES

Els fotògrafs Carlos Pérez de Rozas, de *La Vanguardia*, Juan Antonio Sáenz Guerrero, del *Diari de Barcelona*, i Ramon Dimas, de *Destino*, van formar aquest primer equip



José Estián mesurant amb el fotòmetre la llum a Pau Casals durant l'entrevista a San Juan de Puerto Rico, el febrer de 1972. Arxiu José Estián



Gravació amb una càmera Philips als antics estudis de Miramar. Arxiu RTVE

de reporters gràfics de Miramar, al qual s'hi va afegir Joan Martí, únic supervivent d'aquest quartet.

Ezcurra els va proposar que es comprassin una càmera de cine i que fessin les fotos per al diari i filmessin alhora per a la televisió, com els periodistes multimèdia d'ara!. També els hi va dir que es busquesin un laboratori on els fessin el servei de revelat urgent de la pel·lícula negativa de blanc i negre. “En aquella època –recorda Martí– les notícies ens les pagaven a set pessetes el metro, però només per la

## FOTÒGRAFS COM CARLOS PÉREZ DE ROZAS O RAMON DIMAS ES VAN COMPRAR UNA CÀMERA DE CINE I AIXÍ, A MÉS DE FOTOS, TAMBÉ FILMAVEN

pel·lícula emesa i no pas pel total filmat, i també ens pagaven pel lloguer de la nostra càmera. De les factures del laboratori, se'n

feia càrrec directament l'empresa. Aquest sistema va durar fins a l'any 1965, aproximadament”.

## LES CÀMERES ANAVEN AMB UN MOTOR DE CORDA QUE DURAVA VINT SEGONS. AL FUTBOL ES PODIA ACABAR EN EL MOMENT DEL GOL

Joan Martí, que ara té vuitanta-un anys, recorda com de difícil era llavors el fet de filmar notícies. “Les càmeres anaven amb motor de corda i aquesta només

durava vint segons, no es podia fer cap pla-seqüència més llarg”, explica. “Això –afegeix– era especialment fotut quan anàvem a filmar el futbol perquè se't podia acabar la corda just en el moment del gol”. Martí, ara viu plàcidament retirat en un petit poble

de Lleida, on continua practicant la seva afició, la fotografia.

## ARGÜCIES AL FUTBOL

L'any 1966, Sebastià Arbonés, que venia del món del cinema (“rodàvem spaghetti western a Esplugas City, el poblat de l'oest dels estudis Balcazar d'Esplugues de Llobregat”) es va incorporar als informatius de Miramar. Arbonés tenia molta experiència com a operador de cine, així que li va ser molt fàcil adaptar-se a les petites càmeres de reportatge de 16 mm.

Ell també recorda com un mal de cap el rodatge dels partits de futbol. “En Martí i jo anàvem a filmar tots els partits que es feien a Barcelona. Un es posava a la llotja i l'altre darrere la porteria, portàvem sis rodetes de 30 metres de pel·lícula que només durava dos minuts i mig cada un, i amb això havíem de resumir tot un partit!”, explica. I afegeix alguns trucs que tenien: “Per donar corda a la càmera ens vàrem haver d'idear una astúcia perquè mentre se'n feia no es podia filmar. Així que esperàvem que el porter tingués la pilota agafada després d'un xut fallit, que l'esfèrica anés a parar a fora del camp o qualsevol altre moment que el joc estigués aturat, llavors, just aleshores, era el moment de donar-li a la maneta de fer corda i sense perill de gol!”.

Joan Martí té l'honor d'haver estat ell qui va captar, el juny de 1970, en un polèmic clàssic Barcelona-Madrid, aquell famós penal inexistent que va xiular l'àrbitre Guruceta contra el Barça i que va provocar la protesta de l'afició blaugrana, que va envair el terreny de joc del Camp Nou i la posterior càrrega de la policia franquista. “Al vespre, el locutor de Miramar va dir al *Tèlèdiari* ‘mañana verán ustedes la

polèmica jugada', però jo no estava gens segur d'haver-ho filmat. Fins que no va estar revelada la pel·lícula no ho vaig tenir gens clar, quin patir!", es lamenta encara ara Joan Martí.

## MOMENTS ENTRANYABLES

Al departament d'Informatius cada vegada se'ls girava més feina i José Estián, que ja treballava als platós de Miramar com a operador de càmera-electrònica, va veure la possibilitat de passar-se a reporter gràfic.

Així és com l'any 1968 es va incorporar a aquesta feina. Carlos Pérez de Rozas

ho havia deixat per poder-se dedicar exclusivament a *La Vanguardia*, mentre

## MIG PAÍS ESPERAVA VEURE EL POLÈMIC PENAL XIULAT PER GURUCETA, PERÒ JOAN MARTÍ PATIA PERQUÈ NO ESTAVA SEGUR D'HAVER-LO FILMAT

que Ramon Dimas havia mort prematurament tres anys abans, i per tant a informatius hi faltava gent.

Joan Martí i Juan Antonio Sáenz Guerrero van passar a ser treballadors fixos de la casa i les càmeres de cine ja les va comprar l'empresa. Estián rememora com eren els

rodatges de llavors. "Haviem de filmar les notícies amb un ordre seqüencial lògic perquè no es podia muntar la pel·lícula, i si l'esdeveniment es produïa poc abans del *Telediario*, havíem de córrer cap al laboratori Fotofilm que

estava a la Travessera de Dalt de Barcelona, esperar-nos que ens revelessin la pel·lícula i, a tota pastilla, cap a Miramar!", explica.

També recorda moments especials. "En aquella època, em vaig fer un tip de cobrir actes institucionals: corrides de toros, futbol, desfilades de moda, gal·les literàries..., amb tot, hi va haver un rodatge que no oblidaré mai. Va ser a San Juan de Puerto Rico el 1972. Un dia va arribar a la redacció de Miramar una carta de la companyia Iberia invitant-nos al vol inaugural Barcelona-Puerto Rico i el company Joan Armengol va dir d'aprofitar-ho per intentar una cosa ben difícil, com era una entrevista a Pau Casals, que vivia exiliat en aquesta illa".

"No va ser gens fàcil -va prosseguir- perquè Casals estava renyit amb el règim franquista i no havia volgut parlar mai per a una televisió espanyola, si bé al final, gràcies a la intercessió del seu germà Enric, va accedir a rebre'ns a la seva vil·la de San Juan. Era un home molt enyorat de la seva terra i ens preguntava constantment sobre Catalunya. Em va demanar que quan trepitgés terra catalana tingues un especial pensament per ell", recorda Estián que fa una pausa i continua parlant emocionat. "Van ser més de dues hores de filmació d'una entrevista en profunditat. Ens va parlar de la Guerra Civil, del seu exili a la Catalunya francesa i de moltes altres coses inèdites. En definitiva, un reportatge d'un gran valor històric. Fins i tot va acceptar



Sebastià Arbonés -l'actual professor Sebastià d'Arbó- el 1966, carregant un rodet de trenta metres de pel·lícula de 16 mm en una càmera Bealieu abans de sortir de rodatge. Arxiu Sebastià Arbonés



Un moment de la gravació del concurs *Un millón para el mejor* de José Luis Pécker als estudis de Miramar a final dels seixanta. Arxiu RTVE

tocar el violoncel per a nosaltres. Ara bé, el més trist és que d'aquesta llarga entrevista de més de dues hores no n'he vist mai a la televisió més de cinc minuts seguits. No sé pas on ha anat a parar la resta del material", admet. Estián, que ara té setanta-dos anys, està jubilat encara que segueix molt actiu a l'Associació de Veterans de RTVE.

## CAP A GUINEA

Sebastià Arbonés també va gravar instants històrics. "Moltes notícies polítiques,

"HAVÍEM DE FILMAR LES NOTÍCIES AMB UN ORDRE SEQÜENCIAL LÒGIC PERQUÈ NO ES PODIA MUNTAR LA PEL·LÍCULA" José Estián

com Samaranch presidint el Día de la Provincia, Porcioles per Barcelona, Fraga

inaugurant el Parador de Vielha, l'arribada de gent famosa a l'aeroport o Franco al

UN DELS QUE FILMAVA FRANCO, FRAGA O PORCIOLES ERA SEBASTIÀ ARBONÉS, ACTUALMENT CONEGUT COM A PROFESSOR SEBASTIÀ D'ARBÓ

Pantà d'Aigüestortes, on va dir aquell esperpèntic 'queda inaugurado el pantano de Aguastorcidas'", recorda. Però una de les coses que més li va agradar de fer va ser la promoció de Serrat per Eurovisió. "El filmàvem passejant pels jardins de Montjuïc, a la vora del mar a Mallorca, per diverses localitzacions i sempre cantant sobre *playback*, com als videoclips d'ara", assegura.

El 1968, es va produir un fet que va canviar la vida d'Arbonés. Espanya va donar la independència a la Guinea Equatorial amb el compromís que RTVE els hi muntaria una radiotelevisió pública. Se cercaven voluntaris per anar-hi i no s'ho va pensar dues vegades. "Allà estava tot per fer. M'havia de revelar la pel·lícula amb un cubell a les fosques. Filmava els consells de ministres, desfilades militars, festes tribals, les audiències del president Macías Nguema i els seus viatges oficials al Camerun, Gabon i Nigèria, fet que vaig aprofitar per filmar molta fauna", recorda. "Filmàvem amb pel·lícula negativa i els guineans quan la veien revelada es quedaven parats perquè s'hi veien blancs!", bromeja.

Potser va ser filmant algun ritual de màgia africana que se li va despertar l'interès per la parapsicologia. Arbonés que actualment té seixanta-nou anys, és molt conegut com a professor Sebastià d'Arbó, tot un referent mediàtic del món de les supersticions, destins escrits i l'esoterisme. La seva carrera és prolífica, ja que ha dirigit més de sis llargmetratges, ha estat un precursor de la informació de fenòmens paranormals, ha guanyat un premi Ondas i presenta diferents programes a la ràdio i a la televisió.

Ja no n'hi ha gaires d'aquests primers reporters gràfics de la televisió de casa nostra. Molts d'ells ja han mort. I els que queden vius són l'únic testimoni d'una època on es treballava amb uns recursos i una tecnologia limitats. Ells van ser els professionals que van haver d'enginyar-se les cada dia perquè les imatges arribessin a temps a l'hora dels informatius d'aquella època. Quan les notícies de televisió es filmaven en cine. Ç

# EL SILENCI DE LA INFORMACIÓ

Mèxic és un dels països del món on és més perillós exercir el periodisme

TEXT JOAN PALOMES



Concentració per l'assassinat del periodista Rubén Espinosa en el qual s'acusava el governador Javier Duarte de corrupte i assassí. Foto: Eneas de Troya.

**No és gens fàcil exercir l'ofici de periodista a Mèxic. Totes les associacions i entitats en defensa de la llibertat de premsa coincideixen en el fet que és el lloc més perillós de l'Amèrica Llatina. La corrupció institucionalitzada i el narcotràfic són les principals amenaces –tot i que no les úniques– a les quals s'han d'enfrontar els informadors. En els darrers setze anys, han estat assassinats 119 periodistes. Poca broma.**

No és país per a periodistes. L'any 2015, l'organització Reporters sense Fronteres va considerar Mèxic com el lloc més perillós de l'Amèrica Llatina per exercir l'ofici de periodista. I, el 2016, ha superat totes les expectatives: durant els nou primers mesos de l'any ja s'ha superat el nombre d'assassinats comesos l'any anterior. Deu, exactament. Segons la Comissió de Drets Humans de Mèxic (CNDH), des de l'any 2000, 119 periodistes han estat assassinats a Mèxic. I, entre el 2003 i el 2016, n'han desaparegut 23. Una categoria aquesta, la de desaparegut, que remet massa sovint a la cal viva. En resum: a Mèxic, cada 26 dies és assassinat un periodista, una estadística letal que s'afegeix a les 218 agressions contra els professionals de la informació registrades durant el primer semestre del 2016, que inclouen pallisses, amenaces, intimidacions i atacs contra mitjans, especialment ràdios comunitàries.

## EL CAS MOISÉS SÁNCHEZ CEREZO

L'informe semestral de l'organització en defensa de la llibertat d'expressió Article 19 recull un cas paradigmàtic que inclou un llistat dels abusos contra la premsa: intimidació, segrest, assassinat, corrupció policial, narcotràfic i impunitat.

Prova d'això és que, el 2 de gener de l'any passat, nou homes van segrestar a Moisés Sánchez Cerezo, editor, director, reporter i fotògraf del petit setmanari local *La Unión*, que es difonia a la ciutat de Medelín Bravo i rodalies, a l'estat de Veracruz.

Sánchez compaginava la professió periodística amb la de taxista, i així completava el magre estipendi que li reportava la

**L'ESTADÍSTICA ÉS LETAL: A MÈXIC, CADA 26 DIES ÉS ASSASSINAT, DE MITJANA, UN PERIODISTA. I A AIXÒ CAL SUMAR-HI ATACS, PALLISSES I AMENACES**

venda del setmanari. A més, tenia el mal costum d'escriure sobre la corrupció municipal i la connivència de l'alcalde Omar Cruz (PAN) amb el crim organitzat.

La desaparició de Moisés Sánchez Cerezo no va semblar inquietar massa les autoritats. De fet, la Fiscalia va trigar 12 dies a iniciar els tràmits per a la investigació. I, 23 dies després de la desaparició, apareixia el seu cos mutilat en una bossa d'escombraries.

La detallada confessió del sicari i ex-policia Clemente Noé Rodríguez va involucrar l'alcalde i el sots-director de la Policia

**UN 90% DELS ATACS I AGRESSIONS A INFORMADORS ACABEN SENSE CONDEMNIA, AMB PENES IRRISÒRIES O, SIMPLEMENT, ARXIVATS**

Municipal. Gairebé dos anys després, cap dels autors intel·lectuals d'aquell crim ha estat detingut, cosa que ens porta a una de les variables de la corrupció vinculada a la justícia: la impunitat.

Segons la CNDH, un 90% del casos d'atacs i agressions a periodistes acaben sense condemna, amb penes irrisòries o, simplement, arxivats. "En els casos de periodistes desapareguts, un comú denominador és l'absència d'investigacions i la impunitat dels delictes és constant: malgrat que els ministeris públics tenen consciència dels fets, es desconeix la situació, el desenvolupament i els resultats de les investigacions", es llegeix en l'Informe d'Article 19.

El cas de Moisés Sánchez també ens mostra una peculiaritat territorial de la cacera de periodistes. Sánchez era de Veracruz, un estat on els governadors tenen la fama d'erigir-se en el *Zeta Mayor*, en al·lusió al Càrtel dels Zeta, el grup narco hegemònic. Dels 23 periodistes desapareguts els darrers anys, 15 ho han estat als estats de Veracruz, Tamaulipas

i Michoacán, que, juntament amb Sinaloa, Durango, Chihuahua, Xalapa, Sonora, Jalisco... conformen el territori *narco*, aquell on els càrtels imperen –o es disputen la influència–, les autoritats disposen i els nens de les barriades miserables no volen ser bombers o metges, sinó *narcos*.

"Els periodistes locals són ara més vulnerables perquè informen sobre qüestions molt immediates i operatives, però no tenen visibilitat nacional; així doncs, les desaparicions i els assassinats no provoquen tant rebombori mediàtic", assenyala Beatriz Patraca, periodista, antropòloga i membre de l'associació Nuestra Aparente Rendición (NAR).

Com a molt, una nota breu camuflada a la secció de Successos dels principals diaris de la capital. A Morelia, per

exemple, els periodistes no poden contractar una assegurança de vida –excepte si paguen taxes molt elevades– perquè les companyies ho consideren un mal negoci. "És més fàcil ser corresponsal de guerra

## DEBAT AMB EXPERTS

La situació del periodisme a Mèxic va ser objecte d'un debat organitzat pel Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes dins el cicle Periodisme a Llatinoamèrica. L'acte ("Periodisme a Mèxic, silenci forçat") va tenir lloc el 14 de juliol a la seu del Col·legi i va comptar amb periodistes mexicanes com Leticia Cruz (cofundadora de la Casa de la Mujer Iberoamericana en Barcelona), Beatriz Patraca (professora de la UOC i membre del projecte col·lectiu Nuestra Aparente Rendición) i Violeta Rodríguez (investigadora de la Universidad Iberoamericana). També hi va haver una intervenció enregistrada des de Mèxic de Sara Lovera (membre de la Casa de Protección y Derechos de Periodistas). El debat va ser moderat per Victoria Hita, membre del Grup de Treball.

que corresponal en zona de narcotràfic", sentència Josexo Zaldúa, editor en cap del diari *La Jornada*.

## VIOLÈNCIA DESFERMADA

La violència i la corrupció no són fenòmens nouvinguts a Mèxic. Ni tampoc el narcotràfic, que inicia la singladura d'èxit ja durant els anys setanta del segle passat. Herència de la "vella política" —70 anys del PRI— i instal·lada còmodament en les prestatgeries de l'Estat mexicà, la corrupció s'institucionalitza, apaivaga voluntats i recorre a la violència —en els diversos graus— quan convé. Un 40% de les morts violentes a Mèxic tenen la signatura dels servidors públics. "Les complicitats, en major o menor grau, sempre han existit: des del president municipal que fa la vista

## ES CALCULA QUE FINS A 300 PERIODISTES HAN CREUAT LA FRONTERA DEL NORD FUGINT DE LES SENTÈNCIES DE MORT

grossa a canvi de salvar la pell i obtenir uns calerons, fins a polítics d'alta volada involucrats en blanqueig de capitals", comenta Beatriz Patraca.

Hi ha un moment, però, en què aquella violència sota control esdevé barbàrie descontrolada: cossos penjats dels ponts del centre de la ciutat, gravació d'execucions

de famílies senceres del sicari contrincant, caps en safata al bell mig de la plaça major, cunetes de carreteres que esdevenen fossars a l'aire lliure, desaparicions massives com la d'Ayotzinapa... La molt mediàtica "guerra contra el narcotràfic", encetada el 2007 pel president Felipe Calderón (2006-2012) del molt conservador Partit

## A MORELIA, ELS PERIODISTES NOMÉS PODEN TENIR ASSEGURANCES DE VIDA SI PAGUEN MOLT PERQUÈ LES COMPANYIES HO VEUEN MAL NEGOCI

d'Acció Nacional (PAN), va destapar la caps de Pandora. "Abans de la decisió de Calderón, la norma sempre havia estat la de protegir uns càrtels i combatre'n altres, doctrina dissenyada pels Estats Units.

Durant el govern anterior de Vicente Fox, per exemple, el gran protegit va ser el Chapo Guzmán, una mena de Pablo Escobar a la mexi-

cana, molt respectat en la seva zona de influència. Al capdavant, la DEA —l'agència nord-americana del control de drogues— no combat el narcotràfic, sinó que l'administra", explica Josexo Zaldúa.

Així, en finalitzar el sexenni de Calderón, la mortaldat s'havia multiplicat per quatre i l'espiral de violència no tenia aturador

amb un balanç desolador: oficialment, més de 121.000 morts violentes vinculades amb el narcotràfic. Una tendència que continua amb l'actual sexenni del priista Peña Nieto, que governa des del 2012, amb, fins ara, gairebé 80.000 morts i 13.000 desapareguts. "La guerra contra el narcotràfic de Calderón va ser un exercici de simulació mediàtica sense cap pla de ruta i amb acords informals sota mà per reacomodar el tauler del narcotràfic. Sense entrenament específic per part de l'exèrcit, ordres confuses, sense intel·ligència de cap mena i amb un plantejament reactiu, el fracàs va ser galdós i la matança, permanent", afirma Oriol Malló, periodista i docent de l'Escola de Periodisme Carlos Septién García a Mèxic DF. "Calderón i el seu govern no van ser capaços de calibrar el que se'ls venia a sobre i davant de l'espectacularitat d'una guerra amb canons, sembla que es van oblidar del més important: les grans fortunes, el blanqueig de capitals i els narcopolítics. La guerra va afavorir a aquells que van saber treure'n partit: els càrtels es van dividir, van ocupar noves places, van incorporar membres de l'exèrcit i la violència es va estendre", afegeix Beatriz Patraca.

## UN NEGOCI IMMENS

El Mèxic d'avui no es pot explicar sense el narcotràfic i el crim organitzat. La introducció dels seus interessos en tots i cadascun dels engranatges de l'Estat és el que s'anomena *narcoestat*. O *narcocràcia*. "Els mecanismes per a infiltrar-se en les estructures de l'Estat relacionades amb el combat al narcotràfic són simples: *plata o plomo*. Vet aquí la disjuntiva a què s'enfronten les autoritats de seguretat del Mèxic profund. A nivells més alts, el que preval és l'afany desmesurat de fer diners. No hi ha amenaces, sinó negocis. Les altes estructures venen seguretat i informació sensible a canvi d'ingents quantitats de diners", explica l'editor en cap de *La Jor-*



nada. Carlos Hank González, un influent polític de l'esplendor priista dels setanta i vuitanta –i paradigma de la corrupció– va encunyar una frase molt vigent avui: “un polític pobre és un pobre polític”.

I és que la capacitat corruptora del crim organitzat a Mèxic és gairebé infinita. Segons l'agència de riscos financers Kroll, cada any entren a Mèxic des dels Estats Units més de 40.000 milions de dòlars per la venda de drogues (cocaïna, 50%; marihuana, 30%; metanfetamina, 10% i heroïna, 10%).

## EL NARCOPERIODISME

La cacera del periodista –agressions, desaparicions, intimidacions, assassinats...– té uns efectes devastadors en la democràcia mexicana. Quan el periodisme de denúncia és silenciats, creix la impunitat i la corrupció. S'imposa la cultura de la por i del silenci i l'autocensura esdevé una eina vital de supervivència. Dos mesos després de la desaparició de Miguel Ángel Rodríguez, reporter d'*El Mañana*, de Tamaulipas, la direcció del rotatiu anunciava que no publicaria més informacions relatives al narcotràfic i la corrupció. Es calcula que hi ha uns 300 periodistes mexicans que han creuat la frontera del nord fugint de les sentències de mort.

“A Tamaulipas, on la violència i la guerra entre càrtels són permanents des del 2011, els diaris reben l'agenda del dia directament dels mafiosos, que expliquen als caps de redacció el que han de posar, el que han de treure i, fins i tot, l'enfocament del tema. I com que els governadors d'aquest Estat cobren d'algun càrtel i viuen a McAllen (Texas), l'abandonament total obliga els periodistes a acceptar l'agenda editorial del càrtel de torn”, adverteix Oriol Malló.

Javier Valdez Cardenas és un periodista que prové de Culiacán, territori narco per antonomàsia. Acaba de publicar *Narcoperiodismo. La prensa en medio del crimen y la denuncia* (Aguilar, 2006) –Premi Interna-



Detenció del narco mexicà Gregorio Saucedo a Tamaulipas. Foto: Jesús Villaseca.

cional a la Llibertat de Premsa – en què explica amb valentia l'atzarosa vida del

## A TAMAULIPAS, ELS DIARIS REBEN L'AGENDA DEL DIA DIRECTAMENT DELS MAFIOSOS, QUE DIUEN ALS CAPS DE REDACCIÓ EL QUE HAN DE POSAR I TREURE

periodista de províncies. Explica que a la redacció de *Río Doce*, el diari que va fundar i on treballava, un dia van llençar una granada que, afortunadament, no va matar ningú i que, encara avui, es pregunten qui va ser: els narco? l'exèrcit? la marina? un sicari? un cap de policia? Ningú no ho va reivindicar. Però això era el menys important. Era una simple advertència...

S'explica també que a les redaccions hi ha tres tipus de periodistes: els que són valents i, de vegades, escriuen el que no

han d'escriure; tard o d'hora, han de fugir. Com Rubén Espinosa, fotoperiodista de

*Proceso*, que va haver de marxar a corre-cuita de Veracruz després de denunciar les esteses corrupteles del governador Javier Duarte i les

seves relacions amb el Càrtel dels Zeta. El van caçar el juliol passat en un apartament del DF on s'estava amb quatre persones més. Tots van ser assassinats. Hi ha també els periodistes, escriu Valdez, dels que cal protegir-se: són companys de taula, si bé també aliats i informadors dels sicaris o del govern a canvi d'un grapat de bitllets. I no són pocs. I, finalment, els que, simplement, escriuen en silenci. Silenci obligat, elemental esperit de supervivència, que mesura amb matemàtica meticulositat les paraules delatores. Són la majoria. Ç

Més informació a:

[www.report.cat/mexic-la-lluïta-pel-dret-a-la-informacio](http://www.report.cat/mexic-la-lluïta-pel-dret-a-la-informacio) → Article de Beatriz Patraca a Report.cat sobre la situació de la premsa a Mèxic



# CENTRE DE DOCUMENTACIÓ MONTSERRAT ROIG

Posem a disposició fons i recursos  
documentals, productes i serveis especialitzats  
en comunicació i professió periodística:

## OFERIM

ESPAI DE TREBALL,  
PRÉSTEC I RESERVA  
DE DOCUMENTS,  
CONSULTA  
PERSONALITZADA,  
I LLEGAT D'ARXIU  
PERSONALS DE  
PERIODISTES

## COMPARTIM

DIRECTORIS DE  
MITJANS, BORSES DE  
TREBALL, PREMIS,  
... I UNA GUIA DE  
RECURSOS I BONES  
PRÀCTIQUES

## ACCÉS

AL REPOSITORI  
DIGITAL I LES  
EXPOSICIONS  
VIRTUALS I  
FONS HISTÒRIC  
DIGITALITZAT

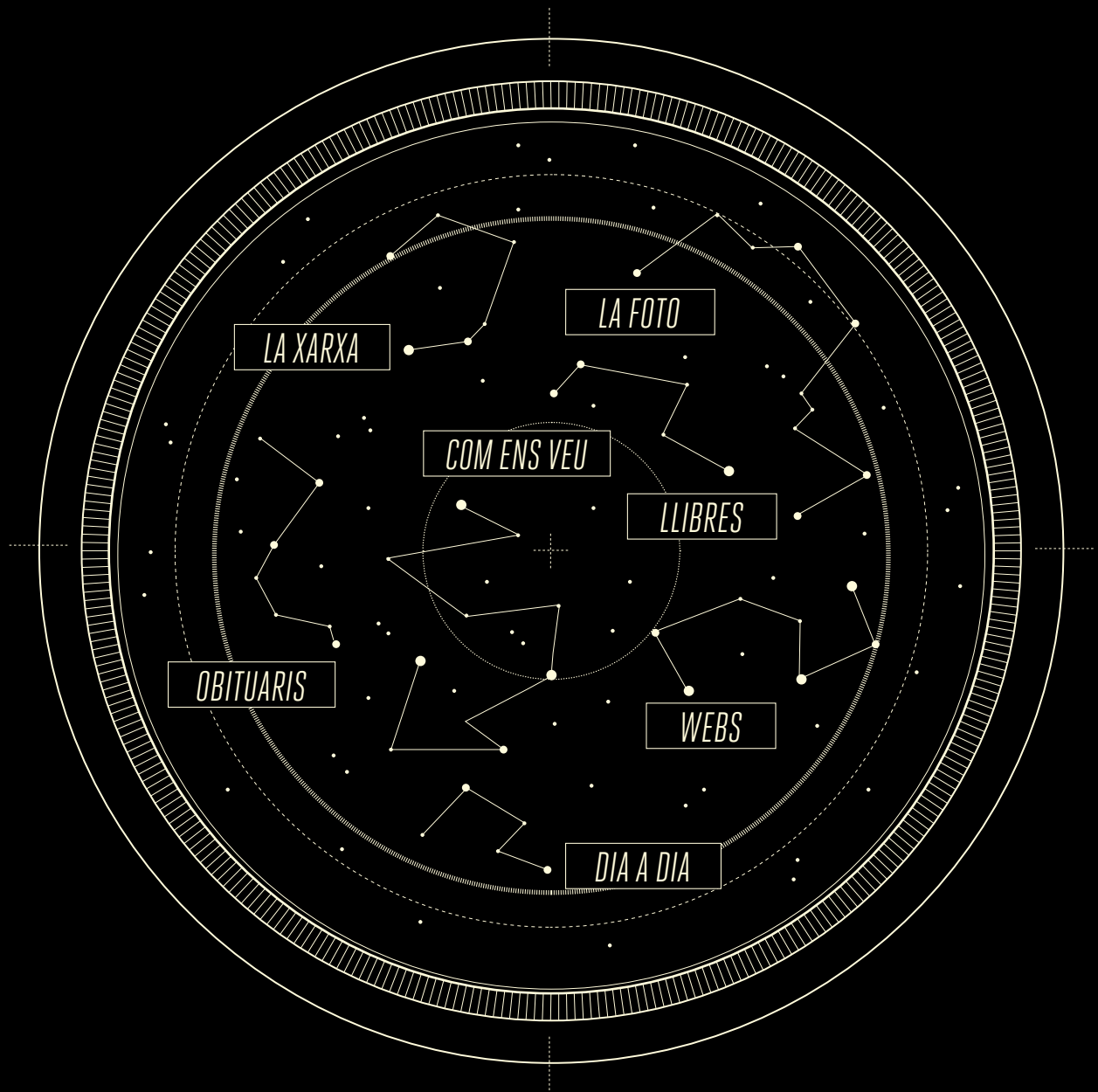


Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



# SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



## ELS SECRETS DEL TISA

<https://wikileaks.org/tisa/>

Wikileaks publica els papers secrets del TISA (Trade in Services Agreement), un tractat per la liberalització de serveis, amb la participació dels Estats Units i la Unió Europea, que imita el secretisme del polèmic Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Del TISA, molts grans mitjans tampoc en parlen.



## LES BAHAMES, PARADÍS FISCAL

[www.icij.org/offshore/former-eu-official-among-politicians-named-new-leak-offshore-files-bahamas](http://www.icij.org/offshore/former-eu-official-among-politicians-named-new-leak-offshore-files-bahamas)

L'International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ), que fa mesos va difondre els Papers de Panamá, publica un informe sobre 175.000 comptes opacs en entitats bancàries de Les Bahames. Entre els implicats hi surten Neelie Kroes, ex-vicepresidenta de la Unió Europea, i Amber Rudd, ex-ministra britànica d'Interior.

## CRIMS IMPUNES CONTRA PERIODISTES

[www.cpj.org/es/2016/10/indice-global-de-impunidad-eludir-los-asesinatos.php](http://www.cpj.org/es/2016/10/indice-global-de-impunidad-eludir-los-asesinatos.php)

L'informe 2016 del Committee to Protect Journalist assenyala Somàlia, Iraq i Síria com els països on hi ha més crims impunes de periodistes. A tot el món, exercir el periodisme ha costat la vida a prop de 800 informadors des de l'any 2006 i només un set per cent d'aquests casos han estat castigats, segons Nacions Unides.

## SOBRE LA POLÍTICA JUDICIAL NORD-AMERICANA

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

Aquesta publicació digital, en què col·laboren diversos mitjans, analitza la política judicial i penitenciària dels Estats Units. Juntament amb ProPublica, ha guanyat el Pulitzer 2016 en Reportatge Divulgiatiu (*Explanatory Reporting*).

## VIGILANT ELS DICTADORS

[https://twitter.com/GVA\\_Watcher](https://twitter.com/GVA_Watcher)

Un sistema automàtic, impulsat pel periodista suís François Pilet i anomenat GVA Dictator Alert, controla les arribades a l'aeroport suís de Ginebra-Cointrin d'avions vinculats a dictadors de tot el món. La informació es publica a Twitter per donar constància d'uns moviments amb possibles implicacions en la corrupció i el blanqueig de diners.

## FOTÒGRAFES DE GUERRA

[www.dailymail.co.uk/news/article-3787618/](http://www.dailymail.co.uk/news/article-3787618/)

Aquest reportatge, inspirat per una exposició organitzada en memòria de Camille Lepage, una reportera gràfica francesa que va morir l'any 2014 a l'Àfrica, ens ensenya el treball de catorze fotògrafes de guerra. I explica la seva mirada sobre els conflictes i com treballen en ambients tan hostils.

## EL PERIODISTA QUE MAI VA EXISTIR

<http://paleofuture.gizmodo.com/meet-guy-sims-fitch-a-fake-writer-invented-by-the-us-g-1787060769>

Guy Sims Fitch és el nom d'un periodista econòmic que, als anys 50, publicava articles a la premsa de molts països, especialment a Alemanya. Ara s'ha confirmat que mai va existir i que era un nom fals que utilitzava la CIA per difondre missatges sobre l'economia nord-americana.

## LA GUERRA A FACEBOOK LIVE

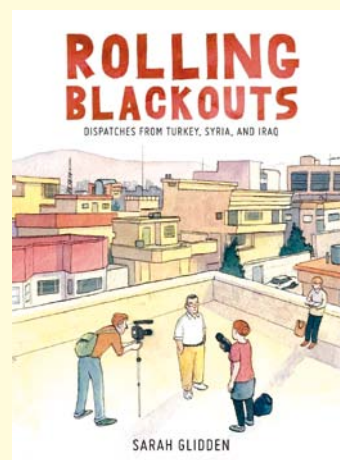
[www.facebook.com/Channel4News/videos/10154155702846939/](http://www.facebook.com/Channel4News/videos/10154155702846939/)

Facebook Live permet emetre vídeos en temps real i molts mitjans estan utilitzant aquesta nova eina. Al-Jazira, l'agència kurda Rudaw i Channel 4 News han emès imatges en directe de la batalla de Mossul (Iraq), un fet que ha creat força polèmica a la Xarxa.

## CÒMIC I PERIODISME

<http://sarahglidden.com/>

La periodista i dibuixant nord-americana Sarah Glidden és l'autora de "Rolling Blackouts (Dispatches from Turkey, Syria and Iraq)" un reportatge intimista en format còmic sobre el seu períple periodístic per escenaris amb greus conflictes bèl·lics i humanitaris.



## MAPA DELS MITJANS AUDIOVISUALS A CATALUNYA

<http://mapamitjansaudiovisuals.cac.cat/>

El CAC ha creat un mapa amb 457 mitjans audiovisuals (399 ràdios i 58 televisions) que actualment emeten a Catalunya. Cada mitjà té una fitxa amb una descripció de l'emissora i diverses dades. Els filtres permeten obtenir una radiografia de cada grup mediàtic català. Es pot consultar al web del Col·legi de Periodistes de Catalunya ([www.periodistes.org](http://www.periodistes.org)).

## CLICKBAIT: TOT PER UN CLIC

Els reclams sensacionalistes per aconseguir visites que han triomfat a les xarxes socials ara contaminen moltes publicacions



El fenomen del *clickbait* està vivint una forta expansió que ja ha despertat nombroses crítiques.

Reconeixeu aquesta mena de titulars?: “Watch This Video To Discover The True Meaning Of Life”, “El Veneno Que Provoca La Falta De Deseo Sexual Y El Antídoto Para Recuperarlo”, “17 ways that cats can steal your breath while you are sleeping!”, “Si Te La Pela Tanto La Política Es Por Una Razón”, “¡No podrás creer lo que esta familia encontró en la cocina!”, “Que tenen en comú Podem, Jeremy Corbyn, el Front Nacional, l'independentisme català i l'Estat Islàmic?”

Segur que sí, perquè són exemples reals i formulacions habituals que trobeu habitualment dins de la premsa digital. Són reclams *clickbait*, un terme que literalment vol dir *esquer de clics*. Un fórmula sensacionalista que Internet ha reciclat i adaptat als nous temps. És viralitat basada en les llistes de recomanacions, la promesa d'una revelació, el morbo, les imatges engrescadores i altres trampes més o menys enganyoses/enginyoses per atraure visites a un lloc digital, guanyar rellevància a les estadístiques digitals i fer negoci amb la publicitat.

Es tracta d'un fenomen massiu i milionari, que ha prosperat a xarxes socials, com Facebook i YouTube, i que ara s'està estenent per moltes publicacions de tots els països. Tenen raó els que diuen que el *clickbait* explota la curiositat innata i potser malaltissa del lector. És una tècnica descarada, elemental i pre-

visible, però que funciona. I podria semblar un fenomen divertit si no fos perquè amaga algunes misèries informatives.

### VIRUS EXITÓS

La versió salvatge d'aquest parany s'ha fet milionària a publicacions nord-americanes com *Upworthy*, *Cracked* o *Buzzfeed*, que han estat batejades com veritables “tendes d'anuncis”, pel model de negoci ja esmentat. Un dels pioners del *clickbait* ha estat Emerson Spartz, amb una senzilla fórmula que explica els fonaments repetitius de l'esquema *clickbait*. “Si vols construir un virus amb èxit, pots començar per tractar de dissenyar-ne l'ADN a partir de zero o, molt millor, pots agafar un virus potent que ja coneixes, mutar-lo una mica i exposar-lo a un nou grup de persones”, explica Spartz en un reportatge publicat al *New Yorker*.

L'impacte del *clickbait* en el món digital és tan potent que Facebook, molt preocupada pel fet que milions d'usuaris surtin de la seva xarxa atrets pels reclams que els porten cap a altres llocs, ha començat a modificar-ne els algorismes per detectar aquests continguts i bloquejar-los. És una guerra d'interessos. En tot cas, el problema s'ha estès per tot arreu i només cal donar un cop d'ull als mitjans digitals per com-

provar que inclouen tota mena de reclams *clickbait* als llocs web i a xarxes com Facebook i Twitter.

El Reuters Digital Report 2016 destaca que el fenomen *clickbait*, com està passant a molts llocs, s'ha generalitzat a la premsa espanyola. I cal recordar que aquests parany només poden existir amb la participació de les publicacions i de les plataformes, com Outbrain o Taboola, que ofereixen incrementar el trànsit web amb sistemes de continguts recomanats i similars, farcits de *clickbait*. Taboola té clients com Yahoo!, L'Express, MSN (Microsoft), *The Huffington Post*, AOL i *USA Today*. Outbrain, força estesa a Espanya, treballa mitjans com *The Guardian* i la CNN.

És evident que molts mitjans necessiten desesperadament adaptar-se a l'entorn digital i als nous llenguatges, generar ingressos, sintonitzar amb els lectors (especialment els joves) i obrir portes a la supervivència. En aquest context, els sistemes *clickbait* poden semblar comercialment interessants, si bé molts analistes diuen que es tracta d'un camí perillós. Un d'ells, Enrique Dans, assenyalava que “el *clickbait* és un càncer del periodisme que cal evitar”. I en dona les raons: és sensacionalista, de mal gust, decep el lector i és insostenible, ja que no es pot aplicar a tota la proposta informativa sense resultar poc creïble.

Quedarà el *clickbait*? S'esgotarà? Mutarà en altres formes? No se sap. La guerra amb Facebook i els límits propis dels models sensacionalistes potser el congelaran. O sortiran propostes de *clickbait* de perfil baix dins d'una tendència general al rigor relatiu. Ja veurem com va. Caldrà observar l'evolució del públic jove que consumeix *clickbait* a les xarxes, que no té costum de pagar pels continguts informatius i que sembla més interessat en els temes divertits que en informacions acurades.

### MÉS INFORMACIÓ A:

Pedigrí sensacionalista  
[www.vice.com/en\\_uk/read/30-years-of-sunday-sport-original-clickbait-kings](http://www.vice.com/en_uk/read/30-years-of-sunday-sport-original-clickbait-kings)

Emerson Spartz al *New Yorker*  
[www.newyorker.com/magazine/2015/01/05/virologist](http://www.newyorker.com/magazine/2015/01/05/virologist)

*Clickbait*, la cara canviant del periodisme en línia  
[www.bbc.com/news/uk-wales-34213693](http://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693)

Reuters Digital Report 2016  
<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>



## YIHAD. CÓMO EL ESTADO ISLÁMICO HA CONQUISTADO INTERNET Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Andrés Ortiz Moyano | Editorial UOC, 2015 | 144 pàgines

La vertiginosa irrupció de l'Estat Islàmic ha trastocat el concert internacional a Orient Mitjà i amenaça amb redissenyar els rols tradicionals en una de les zones més convulsos del planeta. Però, més enllà del seu impacte polític, els jihadistes s'han rebel·lat com uns efectius gestors de la comunicació i la propaganda del terror. Andrés Ortiz investiga les múltiples activitats del Daesh a través dels mitjans de comunicació i Internet, que impliquen des del proselitisme més salvatge fins a la captació de voluntaris a les xarxes socials. També per mitjà d'una experiència en primera

persona, l'autor baixafins a les profunditats de la *Deep Web* per demostrar que el contacte amb els terroristes i la seva maquinària està a pocs clics de distància. Ortiz és un periodista especialitzat en comunicació digital i política internacional. Des del 2006, ha treballat a premsa escrita i digital, ràdio i gabinets de comunicació. L'any 2011, va rebre el premi Blogosur per la seva activitat bloguera i escriu articles per a la revista *Esglobal*.



## LA GRAN ESTAFA DE LAS PREFERENTES. ABUSOS E IMPUNIDAD DE LA BANCA DURANTE LA CRISIS FINANCIERA EN ESPAÑA

Andreu Missé | Alternativas económicas, SCCL, 2016 | 467 pàgines

El llibre és un relat de la major estafa financera comesa a Espanya, que va afectar quasi un milió de persones. L'autor signa una crònica de la crisi des de la perspectiva dels perdedors, i posa al descobert les estretes vinculacions existents entre els abusos bancaris i les característiques de l'actual sistema financer. El llibre descriu que es tracta d'un model marcat per les distorsions dels paradisos fiscals, la debilitat dels governs davant els grans conglomerats bancaris i la ineficiència de la regulació per protegir els que estalvien. L'autor, Andreu Missé, assegura que sense l'existència de

paradisos fiscals, mai haguessin existit preferents en aquest país. Un dels punts centrals d'aquest relat posa al descobert que les fortes retallades exigides als que tenien preferents no comptaven amb el suport de la legislació europea. Els estalviadors espanyols van ser, doncs, els comillets d'Índies de la normativa que s'aprovaria a Europa durant els següents anys per regular aquesta matèria. Missé és el director i soci fundador d'*Alternativas Económicas*, revista que pretén fer arribar a tothom de manera comprensible l'economia.



## RÀDIO 4, 40 ANYS EN CATALÀ. 1976-2016

Josep M. Adell Bardier | NautilusComunicació i Cultura, 2016 | 315 pàgines

Ràdio 4 ha estat un element fonamental en la història de la radiodifusió a Catalunya. Nascuda el 1976, va convertir-se en la primera emissora de ràdio pública en llengua catalana de la història. Les veus sorgides d'aquells micròfons ens han acompanyat narrant l'esdevenir històric del país. La seva petjada, però, adquireix el màxim significat durant la Transició i els primers anys de vida democràtica del nostre país. Malauradament, la ràdio no ha tingut la sort que es mereixen els seus professionals, per raons estrictament polítiques. Són moltes les crisis suportades per l'emissora i no per manca d'audiència, sinó pel dèficit de RTVE, ens al qual pertany. Josep Maria

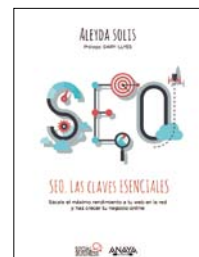
Adell narra una història que ha viscut en pròpia pell, en un recorregut rigorosament cronològic, a peu de micròfon; on ret homenatge a tots els treballadors i gestors de l'emissora, fent un repàs d'alguns dels principals moments de la seva història fins al moment del tancament. Unes pàgines escrites a través dels records personals de qui les signa, amb l'ajut i la il·lustració de les hemeroteques i els arxius sonors i documentals de la mateixa emissora. Adell va treballar 31 anys a Ràdio 4: des del mateix dia de la seva inauguració fins al dia en què va ser prejubilat com a conseqüència de l'ERO aplicat als treballadors de RTVE.

## SEO. LAS CLAVES ESSENCIALES

Aleyda Solís

Editorial Anaya Multimedia, 2016

213 pàgines



El principal repte de qualsevol negoci és augmentar-ne les vendes, ja sigui un nou negoci o un ja consolidat. Per aconseguir-ho, cal focalitzar els esforços en l'àrea del màrqueting i la publicitat, rentabilitzant al màxim la visibilitat. Els cercadors

d'Internet són la millor eina per navegar pel ciberespai i localitzar, en qüestió de segons, qualsevol pàgina web. Google ha confirmat que gestiona prop de 2 trilions de recerques a l'any, consultes que van des d'un servei puntual o la simple informació del producte, fins a la realització d'una reserva, descàrrega, sol·licitud o compra. Google és el mitjà ideal, el més ràpid i eficaç per connectar i interactuar de manera directa amb potencials clients. Aparèixer entre els primers resultats de recerca descriptiva dels cercadors és un dels principals objectius en el màrqueting en línia i el posicionament, també conegut com SEO, per les sigles en anglès. Aquesta obra permet descobrir les claus per gestionar de manera efectiva un procés SEO i augmentar les possibilitats d'èxit d'una empresa. L'autora, Aleyda Solís, és una de les professionals més reconegudes internacionalment en la matèria.



## LE CANARD ENCHAÎNÉ. 100 ANS. UN SIÈCLE D'ARTICLES ET DE DESSINS

Éditions du Seuil, 2016

613 pàgines



Nascut l'any 1916, en plena Primera Guerra Mundial, *Le canard enchaîné* compleix 100 anys. Una llarga trajectòria a través de la qual ha aconseguit mantenir viu el seu esperit, el mateix escol·lit el dia de la seva creació.

“Quan veig alguna cosa escandalosa, –comenta el seu fundador, Maurice Maréchal– el primer que faig és indignar-me, però després sempre ric”. I aquesta és l'essència d'aquest veterà als quioscos francesos: un diari amb molt talent en la sàtira, però amb un també destacable treball d'investigació política. Lluitador incansable contra totes les censures, les intoleràncies i els abusos de poder, el diari s'ha mantingut fidel a la

línia editorial, complint un segle d'història. Una de les claus és que segueix sent independent. Sobreviu gràcies als lectors, sense dependre de la tirania de la publicitat. Aquesta llibertat és la que atorga al diari força i credibilitat i és precisament el que atrau els fidels lectors. *Le canard enchaîné* es publica cada dimecres i la seva tirada ronda els 450.000 exemplars.

## INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN Y ECONOMÍA DIGITAL

Guía básica del Dircom

Editorial UOC, 2016

266 pàgines



Aquest llibre neix amb la vocació d'ajudar el lector a entendre la nova economia, així com la transformació digital d'empreses i organitzacions que demanen gestionar els intangibles i liderar les seves comunicacions des de la professionalitat que aporta un

Dircom, director de comunicació. Es tracta d'una obra que permet comprendre la indústria de la comunicació, les tendències, la seva transformació i els nous perfils digitals. No és només una guia pràctica per començar a treballar en comunicació 360 graus (corporativa, interna i de crisi); sinó que ofereix, a més, tècniques adequades per abordar la feina del dia a dia des de la planificació. Leila Zapata és professora a la Universitat Complutense de Madrid i sòcia fundadora de l'agència de comunicació interna Talentos Reunidos.

## UNA VIDA WIKI. LA COL·LABORACIÓ POT SER LA VIA CAP AL POSTCAPITALISME?

Gil Toll

Pagès Editors, 2016

160 pàgines



El periodista Gil Toll parla en aquestes pàgines d'algunes de les iniciatives que estan sorgint per donar una solució a la injusta sortida de la crisi que estan patint moltes persones. Fa un repàs per alguns dels moviments polítics que reclamen canvis posant l'accent en l'agenda social, o per la revolució quotidiana que vivim, amb noves maneres de viure molt influïdes per l'entorn tecnològic canviant. El llibre recull experiències col·

laboratives exitoses i assenjala també àrees en les quals encara hi ha molt recorregut per fer. L'autor ha conegut de primera mà les situacions que es presenten atesa la feina de periodista que ha dut a terme al programa *Valor Afegit* de TV3 durant els últims deu anys. El sexe, l'alimentació, el transport, el treball o el consum són algunes de les activitats de les quals donen testimoni ciutadans amb nom i cognoms. Persones que viuen els canvis de valors i tendències que estan transformant la vida. Històries que arriben al lector de manera planera i amena.

## ¿QUIERES PUBLICAR UNA REVISTA? AUTOEDICIÓN, DISEÑO, CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES INDEPENDIENTES

Angharad Lewis

Lawrence King Publishing, 2016

168 pàgines



L'editora Angharad Lewis ens presenta una guia pràctica i il·lustrada sobre com treure endavant una revista independent. Amb el procés editorial com a fil conductor, el llibre examina un per un tots els passos i decisions que cal prendre a l'hora

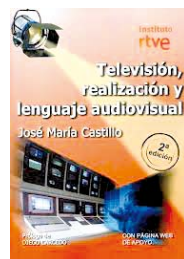
d'editar una publicació periòdica. Cada capítol inclou orientacions bàsiques, consells pràctics, exemples i entrevistes en profunditat amb alguns actors clau del món de l'edició independent. L'autora, Lewis, és editora de la revista *Grafik* i redactora de temes vinculats a la cultura i el disseny.

## TELEVISIÓN, REALIZACIÓN Y LENGUAJE AUDIOVISUAL

José María Castillo

Instituto RTVE, 2016

734 pàgines



La primera edició d'aquest llibre va veure la llum a l'octubre de 2009. L'any 2013, es va fer necessari llançar una actualització de part dels seus continguts. De nou, la rapidesa amb què la tecnologia evoluciona obliga a revisar a fons textos i imatges.

Aquesta tercera edició que ja és un text de referència a molts centres d'estudis de Comunicació Audiovisual, recull les últimes no-

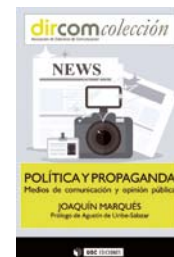
vetats amb data de 2016 en tots els camps que la televisió abasta. Com a edicions anteriors, el lector compta amb una pàgina web on trobarà des de les seqüències al·ludides al text fins als enllaços seleccionats per ampliar coneixements; passant per un curs de llenguatge audiovisual i altres continguts en constant actualització. L'autor, José María Castillo, és doctor en Ciències de la Comunicació i acumula una llarga experiència com a realitzador de televisió i fotògraf. Una feina que compagina amb la que desenvolupa també com a docent a l'Institut de Radio Televisión Española i altres centres universitaris.

## POLÍTICA Y PROPAGANDA. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

Joaquín Marqués

Editorial UOC, 2016

276 pàgines



Aquest llibre s'ha escrit amb la intenció de presentar un compendi de com interacciona la societat amb els governants i de com la política intenta influir en els ciutadans mitjançant la utilització de la propaganda. El fil conductor del llibre ha estat el d'apuntar l'evolució d'aquestes interac-

cions, explicar les tendències de l'acadèmia, indicar la doctrina més arrelada en cada moment històric, ressenyar el naixement i desenvolupament de la comunicació política entesa com una professió i reflectir com els mitjans de comunicació han estat coprotagonistes de tot plegat. Aquests van ser amos de la intermediació fins que, recentment, han començat a perdre protagonisme com a conseqüència d'uns canvis tecnològics que generen profundes transformacions socials. Joaquín Marqués és periodista col·legiat, advocat i polítòleg. Té un doctorat en Comunicació a la Universitat Ramon Llull i es màster en Anàlisi Política a la Universitat Oberta de Catalunya.

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







Anuar  
Patjane  
Floriuk

— • **LLARGA VIDA AL FOTOPERIODISME** • —

L'exposició de les 155 imatges guanyadores del certamen World Press Photo ha tornat a ser un èxit. La mostra —que organitza Photographic SocialVision— es va poder veure entre el 10 de novembre i l'11 de desembre al CCCB i va tancar les portes amb 56.367 visitants, cosa que suposa l'increment d'un 15% respecte a l'any passat. Una prova més del seguiment que té a casa nostra el bon fotoperiodisme. En aquestes pàgines, una de les fotografies exposades, on es pot veure una balena i la seva cria envoltades de submarinistes a la costa mexicana.

— • **LA FOTO** • —

## JAUME MOR

El fotògraf Jaume Mor va morir, el passat 22 d'octubre, a Mèxic a seixanta-un anys per una insuficiència respiratòria. Va passar la infantesa al Poblenou, on més endavant va publicar els primers reportatges a *4 Cantons*, revista que va ser l'escola de molts futurs professionals de la informació d'aquell barri. Va treballar a *Catalunya Exprès*, del Grupo Mundo, i posteriorment seria un dels fundadors de la secció de Fotografia d'*El Periódico de Catalunya*, on també es faria càrrec de l'edició d'*El Dominical*. Casat amb la periodista mexicana Alicia Cataño, va deixar Barcelona per poder estar amb les seves filles Daniela i Alejandra a Guadalajara (Mèxic), on es va dedicar al món dels llibres electrònics.



Jaume Mor en una imatge d'arxiu. Foto: Pepe Encinas

## MARGARITA CALVO

El 30 de novembre, va morir la doctora Margarita Calvo Bañales a causa d'una llarga malaltia a seixanta-cinc anys. Va ser metgessa de capçalera al Consultori Mèdic del Col·legi durant quasi vint-i-cinc anys, el temps que va restar obert aquest servei, des de la seva inauguració el 23 d'abril del 1987 fins al 30 de novembre del 2011. Durant aquest temps va exercir la professió amb una dedicació als pacients que va anar més enllà del tractament mèdic. La seva humanitat, alegria, fortalesa i empena la va transmetre a tots els pacients a les seves visites. Psiquiatra i neurofisiòloga, completava els diagnòstics de capçalera amb aquests coneixements que afavorien la millora física i emocional dels periodistes, que la van tenir com a metgessa i que van poder gaudir del seu tracte humà. Des del Col·legi de Periodistes, volem agrair la seva contribució al benestar físic i emocional dels col·legiats que van poder gaudir de la seva atenció.

## JOSEP MANUEL SOLER

El periodista Josep Manuel Soler i Soler va morir el 20 de novembre a noranta-cinc anys. Ex-director de *l'Eco de Sitges*, un dels diaris locals més antics de Catalunya, era net del fundador del periòdic. Nascut el 1925, Soler va dirigir aquest setmanari durant cinquanta-quatre anys. El 2005, va rebre un homenatge pels cinquanta anys al capdavant d'aquesta emblemàtica publicació. Havia obtingut guardons com la Ploma d'Or de Sitges, el premi Trinitat Catasús, el premi especial

de l'ajuntament de la seva localitat –en representació de *l'Eco*– i el premi a les Tradicions Sitgetanes.

## LAURA MARTINEZ

La periodista i cap de Societat i Cultura de RAC1, Laura Martínez Aguado va morir el passat 9 de setembre a causa d'un càncer de pell que li havien diagnosticat a principi d'any. Martínez, que tenia 43 anys i residia a Sant Cugat, estava especialitzada en temes educatius i socials. S'havia incorporat a l'emissora del Grup Godó el juny de 2010. Anteriorment havia treballat a la Sexta i a Mediapro.



Laura Martínez tenia 43 anys. Foto: Facebook

## IVAN TUBAU

El 13 de novembre, moria el periodista cultural Ivan Tubau a setanta-nou anys. Nascut a Barcelona el 1937, fill d'un exiliat anarquista, es va llicenciar en Art dramàtic i Periodisme a Madrid i doctorat en Filologia francesa, era un professional polifacètic que va combinar àmbits com l'humor gràfic (amb el pseudònim de *Pastecca*) –va treballar a *El Jueves* i a la revista *Bang!*–, el periodisme –va dirigir la revista *Playboy*–, la literatura, la poesia, l'assaig –és autor d'una història de l'humor gràfic a Espanya–, el cinema i la política. Professor de Periodisme a la UAB i columnista d'*El Mundo*, el 2005, va ser un dels que va presentar un manifest demanant un nou partit polític a Catalunya i va donar suport a la UPyD. Als vuitanta, va dirigir i presentar programes televisius com *Viure els vuitanta*, *Cinc cèntims de cultura*, *Hablemos de amor* i *El diván de Iván*.

## RICARD RAFEGAS

El 14 de desembre, va morir Ricard Rafegas, periodista de tv3 a cinquanta-nou anys d'edat víctima d'una malaltia. Nascut el 1957, era originari d'Olesa de Montserrat i va estudiar Periodisme a la UAB. Va treballar al *Diari de Terrassa* (1983–1985) i a Catalunya Ràdio (1985–1990) abans d'entrar, el 199, a Televisió de Catalunya on va fer informació econòmica i va especialitzar-se en temes sobre turisme, borsa i telecomunicacions. Havia format part del comitè d'empresa pel Sindicat de Periodistes de Catalunya.

# De vegades et preguntes qui hi guanya reciclant el vidre. Encara no saps que ets tu?

Ja no hi ha temps per a les excuses. Ja no hi ha temps per no reciclar. A Catalunya, encara reciclem molts menys residus que els que generem. Un desequilibri que pots combatre separant correctament els envasos de vidre i dipositant-los al contenidor verd.

REDUEIX, REUTILITZA, RECICLA,

## REACCIONA

#ReaccionaRecicla

[residuonvas.cat](http://residuonvas.cat)



**ecovidrio**  
ENTITAT SENSE ÀNIM DE LUCRE

**ecoembes**  
El poder de la col·laboració



**Generalitat  
de Catalunya**

## AGOST

### 11 d'agost

ROGER SAPERAS AL TU DIRÀS. La nova temporada de RAC1 suposarà canvis a la secció d'Esports. Roger Saperas serà el nou editor del programa *Tu diràs*, que avança mitja hora l'emissió cada nit a les 22.30 hores. Saperas, a la cadena des del 2008, conduirà el programa de diumenge a dijous i Aleix Parisé divendres i dissabte. D'altra banda, el *Superdiumenge* serà conduït per Xavi Puig i Albert Ferrari, mentre que Raül llimós i Gemma Montero continuaran al capdavant de l'*UltraEsports*. Els canvis a la cadena també vénen condicionats pel fet que els periodistes Jordi Costa i Sònia Gelmà han anat a treballar a Catalunya Ràdio.



Autor: RAC1

Roger Saperas portarà el *Tu diràs*.

### 18 d'agost

NOVA IMATGE DEL *TELEDIARIO*. TVE anuncia que a la tardor el *Telediario* farà un canvi de cares i de plató a fi i efecte de modernitzar l'informatiu. Així, la mesa principal perdreà protagonisme i guanyarà dinamisme. Treballarà amb dues grans pantalles com ja estan fent algunes cadenes de la competència. Amb el nou sistema, els locutors podran moure's pel plató. D'altra banda, *Teledporte* també amplia l'emissió *La 1* amb una hora més cada dia.

### 23 d'agost

SÓN 32 MILIONS D'AUDIÈNCIA PELS JOCS. Els Jocs Olímpics de Rio van tenir una gran audiència a RTVE. Algunes dades a tenir en compte són que la meitat de l'audiència va utilitzar el mòbil o els mitjans digitals. D'altra banda, es van visualitzar 14.746.929 vídeos. Els que van tenir més interès per a l'audiència van ser l'or de Mireia Belmonte en 200 papallona i la final femenina de bàdminton amb el triomf de Carolina Marín. Emissions com el partit de tennis que va enfrontar Nadal i Del Potro o la final femenina de bàsquet van ser dels de més audiència.

### 24 d'agost

VUITANTA ANYS DE LA MORT DE JOSEP MARIA PLANES. Es compleixen vuitanta anys de l'assassinat del periodista de Manresa, Josep Maria Planes. El fet va ocórrer el 24 d'agost de 1936, quan el buscava un grup de la FAI des del començament de la Guerra Civil. Tenia vint-i-nou anys i era un periodista que escrivia d'esports i de vida nocturna, però que també feia investigació periodística. Els assassins el van dur a La Rabassada, on el van matar de set trets al cap. Des del juny, s'està celebrant l'any Josep Maria Planes per reparar el desconeixement i divulgar-ne la vida i l'obra. La iniciativa, que durarà un any sencer, va a càrrec d'un grup d'entitats manresanes i compta amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes.



Autor: Arxiu

Josep Maria Planes en una imatge d'arxiu.

### 27 d'agost

OM TORNA A RAC1 AMB ISLÀNDIA. S'anuncia que Albert Om tornarà al setembre a RAC1 amb el nou programa *Islàndia*, que s'emetrà cada dia a les 7 de la tarda a partir del 5 de setembre. El 2000, Om va formar part de l'equip inicial de RAC1 i, entre aquell any i el 2004, va dirigir *L'hora del pati*.

### 30 d'agost

JUAN MARSÉ, PREMI LIBER. L'escriptor Juan Marsé és guardonat amb el premi Liber 2016, que atorga la Fira Internacional del Llibre a proposta de la Federació del Gremi d'Editors d'Espanya. Els editors han volgut reconèixer la seva trajectòria amb projecció internacional i arrels a Barcelona. El primer gran èxit va recaure en la novel·la *Últimas tardes con Teresa*.

### 31 d'agost

MARÍA CASADO SUBSTITUIRÀ MARILÓ MONTERO. S'anuncia que, a partir de setembre, la periodista catalana Maria Casado s'estrenarà com a presentadora de *Las mañanas de La 1* en substitució de Mariló Montero, que va ser durant set anys presentadora i sots-directora de l'espai matinal de La 1. Montero va

acomiar-se del programa el juliol passat. Casado, natural de Barcelona, ha estat fins ara al capdavant de *Los desayunos de TVE*. Anteriorment, va ser presentadora del *Telediario*, d'*Informe semanal* i d'*El debate de La 1*. Llicenciada en Periodisme per la UAB, va començar a exercir la carrera, el 1999, a Ràdio 4. Va cobrir una etapa professional a Catalunya Ràdio per després tornar a RNE, el 2003. Dos anys més tard, es va incorporar als serveis informatius de TVE-Catalunya. Altres canvis a la cadena són el de Sergio Martín, que deixa la direcció del Canal 24 Horas, i passa a presentar *Los desayunos de TVE1* reemplaçant Maria Casado, i Víctor Arribas al capdavant de *La noche en 24 Horas*.



Autor: RTVE

Maria Casado, periodista de TVE.

## SETEMBRE

### 2 de setembre

EL LLOBREGAT, EN MARXA. *La Vanguardia* comença a distribuir el comarcal *El Llobregat* després d'haver arribat a un acord amb aquesta capçalera. A partir d'ara, *El Llobregat* es repartirà cada divendres encartat amb el diari dels Godó, tot i que el diari comarcal en mantindrà la distribució pròpia en els principals comerços de les ciutats del Baix Llobregat i L'Hospitalet.

LES TIC CATALANES, A COLÒMBIA. Vuit empreses catalanes de Tecnologia de la Informació (TIC) participen en el XXXI congrés Internacional TIC i de Comunicacions (AudiCom) a Cartagena (Colòmbia) per cercar clients i socis en aquell país i expandir-hi els negocis. Frederic Subirats, director de la delegació de Bogotà a Catalunya, Trade & Investment, comenta a la premsa que és el segon any que participen en aquest congrés i que enguany hi ha vuit empreses catalanes. "El sector TIC és el sector amb més valor afegit i en el que interactuem millor les empreses catalanes i les colombianes", explica Subirats a la premsa.

### 3 de setembre

SANTIAGO VILANOVA EXPOSA A LA GARROTXA. Del 3 de setembre fins al 20 de novembre, el periodista, escriptor i pintor Santiago Vilanova Tané (Olot, 1947) exposa l'obra pictòrica "Art i Ecologia. Paisatges volcànics i paradisos oceànics" al Museu Comarcal de la Garrotxa. Vilanova, ex-redactor d'*El Correo Catalán* i ex-director del *Diario de Barcelona* i Premi Ciutat de Barcelona de Periodisme, el 1983, ha exposat olis, acrílics i pastels inspirats en paisatges volcànics, però també quaderns d'alguns dels viatges a Sibèria, Illa de Pasqua i Amazònia. La mostra, organitzada per l'Institut de Cultura de la Ciutat d'Olot, en resumeix també la trajectòria periodística i literària i el compromís ecologista com a fundador del Col·lectiu de Periodistes Ecològics de Catalunya, director de la revista *Userda* i president de l'associació Una Sola Terra.



Autor: Cedita per Santi Vilanova

Vilanova amb una de les seves obres.

### 6 de setembre

EL TRACTAMENT DE VIOLÈNCIES MASCLISTES ALS MITJANS. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) fa pública la recerca sobre el tractament als mitjans de comunicació de la prostitució i la violència masclista i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'exploració sexual. La investigació es presenta en un acte al Col·legi de Periodistes en què els participants recomanen a la premsa evitar les fotografies de dones que es poden identificar clarament com dones que exerceixen la prostitució, en les quals s'acostuma a posar el focus. En canvi, gairebé mai es parla o es mostra el proxenet o el client.

### 8 de setembre

L'EXPOSICIÓ DE LES DIADES, A LUXEMBURG. El Centre Català de Luxemburg acull l'exposició fotogràfica "Il·lusió. Convicció. Llibertat?" dels periodistes col·legiats Nofre Pasqual i Sergi Ferrés. La mostra, promoguda per la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi, s'inclou en els actes que organitza el Centre Català del país europeu per celebrar l'Onze de setembre. La mostra, organitzada amb el suport

del Col·legi, explica el moviment social viscut a Catalunya durant les últimes diades nacionals. És la primera vegada que l'exposició surt del país, després de voltar per Manresa, Igualada, Vic, Mallorca, Barcelona i Tortosa. Estarà exposada al local del Casal Català de Luxemburg i s'inaugura coincidint amb la jornada de celebració de la Diada.

TV3 PRESENTA LES NOVETATS DE LA TEMPORADA. Presentadors i actors de TV3 presenten set novetats a la cadena en una "graella continuista". El director de TV3, Jaume Peral, explica que la cadena incorpora noves propostes perquè volen mantenir la capacitat de sorprendre l'espectador. Un dels primer programes de veure la llum serà *El foraster*, amb Quim Masferrer. Altres de les novetats seran *Emergències* i el programa d'entrevistes *Fora de sèrie*. D'altres novetats seran el programa *El sopar*, amb Roger de Gràcia; *Tinxeres*, que rememorarà el darrer front de la Guerra Civil. Altres novetats són *El lloc dels fets*, de caràcter històric. S'estrenaran ficcions estrangeres com la producció britànica *El cercle Bretcheley*.

### 14 de setembre

LA DIADA ALS EUA, SENSE PERIODISTES. La Delegació del Govern de la Generalitat a Washington prohibeix l'entrada de periodistes a la tradicional recepció de la Diada. La Delegació, doncs, convida funcionaris i congressistes, però no els professionals de la informació. "Els mitjans de comunicació no hi estan convidats", confirma el delegat, Andrew Davis.

### 20 de setembre

UN SEGLE DE PERIODISME CATALÀ. La Biblioteca de Catalunya ofereix l'exposició "Un segle de periodisme català" en què es mostren obres de trenta-quatre escriptors i escriptores del nostre país al llarg d'un segle, des dels anys 1880 i els 80 del segle xx. La mostra, que porta per títol "Escriptors i repòrters: un passeig per un segle de periodisme català", es pot veure fins al 22 d'octubre i proposa una aproximació a aquest tema a través de personatges com Valentí Almirall, Jacint Verdaguer, Eugeni d'Ors, Josep Pla o Montserrat Roig, que al marge de l'activitat literària van plasmar les opinions i les idees en un ampli ventall de capçaleres. La mostra, comissariada per Maria del Tura Molas, Jaume Clarà i Anna Gudayol, s'organitza en cinc àmbits: Restauració, Mancomunitat i dictadura, República, Franquisme i Transició.

### 23 de setembre

EL PERIODISTA XEVI SALA, PREMI PRUDENCI BERTRANA. El periodista Xevi Sala és el guanyador del premi Prudenci Bertrana amb la novel·la d'aventures *I ens vam menjar el món*. La Fundació Bertrana distingeix altres premis com el Ramon Muntaner de literatura juvenil, que ha estat per a l'*Herba Negra*, obra conjunta del científic i escriptor Salvador Macip i el professor, a més de columnista Ricard Ruiz Garzón. El Carles Rahola ha estat per a un assaig sobre el noucentisme a càrrec de Jordi Casas, catedràtic d'Història Contemporània de la Universitat de Barcelona. D'altra banda, el Miquel de Palol de poesia ha estat per a Josep Maria Fulquet, professor de Filologia Romànica i Literatura Comparada. El cantant Adrià Punyé obté el guardó Cerverí a la millor lletra de cançó.

### 27 de setembre

MEDALLA D'HONOR PER A LLUÍS SIERRA. La junta de portaveus de l'Ajuntament de Barcelona acorda reconèixer la persona i la trajectòria de Lluís Sierra, periodista de *La Vanguardia* i degà de la informació local, que va morir el passat 21 d'agost a seixanta-un anys víctima d'un càncer. Abans d'ingressar a *La Vanguardia*, Sierra va treballar a *El Noticiero Universal*, *El Correo Catalán* i *l'Avui*. Es va especialitzar en informació local i va viure la transformació dels barris de Barcelona.



Foto: Ana Jiménez / LV

Premi pòstum per a Lluís Sierra.

### 30 de setembre

MARI PAU HUGUET, PREGONERA DE LES FESTES DE TARDOR A LLEIDA. Tenen lloc les Festes de Tardor de Lleida que, juntament amb la Fira de Sant Miquel, converteixen la ciutat en un escenari festiu. El pregó de les festes ha anat a càrrec de la periodista Mari Pau Huguet, qui va rememorar la seva estada al barri de La Bordeta, un motiu més per manifestar que "se sent lleidatana". Les festes inclouran actuacions musicals i de teatre, vermut i aplecs sardanístics.

## OCTUBRE

### 2 d'octubre

EL BOOM DE LES SÈRIES DE TELEVISIÓ. Toni de la Torre, escriptor i col·laborador de RACI publica el llibre *Història de les sèries* (Roca Editorial). L'obra fa un repàs de les sèries que, darrerament, han guanyat molt de pes en l'oferta televisiva.

### 4 d'octubre

MANRESA ACULL L'EXPOSICIÓ "PHOTO PASS". Manresa acull un homenatge al fotoperiodisme musical amb l'exposició "Photo pass", que pretén donar visibilitat al col·lectiu de fotògrafs. La mostra és una iniciativa del Grup de Cultura i Innovació del Col·legi de Periodistes de Catalunya i es pot visitar a la sala d'actes de la demarcació de la Catalunya Central. L'acte inaugural va anar a càrrec del cantant del grup Gossos, Natxo Tarrés, i del fotògraf berguedà Jordi Vidal Sabata, un dels autors de l'exposició. Marta Pich, fotògrafa també de concerts musicals, va conduir l'acte. L'exposició, comissariada per Rosa Castells, compta amb 28 fotografies de 14 autors: Enric Altimiri, Hara Amorós, Desi Estévez, Cristina Gallego, Óscar García, Óscar Giral, Luis Lecumberry, Pablo Leoni, Rosario López, Xavi Mercadé, Fernando Ramírez, Carles Rodríguez, Ferran Sendra i Jordi Vidal Sabata. Es pot visitar a Manresa fins al 31 de desembre.

### 6 d'octubre

DEU ANYS SENSE ANNA POLITKÓVSKAIA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el PEN Català organitzen un debat amb motiu del 10è aniversari de l'assassinat de la reportera russa Anna Politkóvskaia. L'acte, té lloc a la seu del Col·legi, i el protagonitzen dos escriptors de la Xarxa Internacional de Ciutats Refugi com són Anzhelina Polonskaya (Rússia), poeta acollida a Frankfurt, i Irakli Kakabadze (Geòrgia), poeta i autor teatral acollit a Barcelona. La presentació va a càrrec de Carme Arenas, presidenta del PEN Català, i de Marc Vidal, vicedegà del Col·legi de Periodistes, mentre que la moderació és de Raffaella Salierno, directora del Programa Escriptor Acollit del PEN Català. L'acte es tanca amb una lectura de textos d'Anna Politkóvskaia, a càrrec del rapsode David Figueres.

INVESTIGUEN LA PRIVACITAT DELS WHATSAPP. L'Agència Espanyola de Protecció de Dades (AEPD) fa saber als responsables de mitjans de comunicació que ha obert una investigació per saber si la nova política de privacitat de WhatsApp, que comparteix informació amb Facebook, compleix la legislació del país en

matèria de protecció de dades. En cas de no complir-la, aplicaran les responsabilitats corresponents.

### 7 d'octubre

PUYAL, A DIRCOM CATALUNYA. El periodista Joaquim Maria Puyal ha participat com a convidat en la sisena trobada de treball en xarxa del sector de la comunicació (Dircom). L'associació, presidida des del passat mes de març per Maria Lluïsa Martínez, directora de comunicació de CaixaBank, està constituïda per 146 professionals d'empreses importants. En la intervenció a la trobada de Dircom, Puyal destaca la conveniència d'invertir en auditories de comunicació.



Puyal en un moment de l'acte.

Foto: Dircom

JA SÓN QUINZE ANYS D'OPERACIÓ TRIUNFO. Televisió Espanyola recordarà en tres documentals els quinze anys d'*Operación Triunfo*, l'escola de joves cantants de la qual van sortir figures triomfants com David Bisbal o David Bustamante. El 31 d'octubre, TVE emetrà un concert en directe des del Palau Sant Jordi, amb la participació dels principals cantants que van sortir d'OT.

### 10 d'octubre

CONGRÉS DEL BIG DATA A BARCELONA. S'inaugura el Congrés de Big Data més important d'Europa, l'Intelligent Data Processing, que té lloc al Mediativ de Poblenou. El congrés està organitzat per la Universitat de Tecnologia de Harbour Space i l'Institut de Física i Tecnologia de Moscou, entre altres organitzadors. L'esdeveniment va destinat a aprofundir en el coneixement i l'ús de la ciència de les dades per debatre, distribuir i avançar en l'àmbit del seu tractament.

JAVIER CÁRDENAS A LA 1. El locutor Javier Cárdenas debuta al capdavant d'*Hora punta*, un nou programa de La 1 de TVE que té intenció de competir amb les

cadena privades en la franja de l'hora punta. El contingut del programa és d'entreteniment, amb vídeos virals i entrevistes a famosos.

### 13 d'octubre

TEMPORADA REGULAR PER A FORA DE SÈRIE. Una conversa entre el periodista Jordi Basté i el futbolista, Gerard Piqué, obre la temporada regular del programa *Fora de sèrie*, el programa en què periodistes i professionals de la informació que en algun moment han treballat a TV3 entrevisten un personatge, escollit per ells mateixos. El programa es va començar a emetre el 22 de setembre amb Andreu Buenafuente i el president de la Generalitat, Carles Puigdemont. Estan anunciats a participar en el programa Àngels Barceló, Xavier Bosch, Àngels Casas i Josep Cuní, entre altres periodistes. El director de l'espai, Agustí Esteve, explica que han estat elegits perquè "poden donar molt de joc en un ambient relaxat fora del seu medi habitual, amb un mínim d'equips tècnics, ja que els dos personatges que han de conversar se sentin 'el més còmode possible'".



Piqué i Basté durant la gravació.

Foto: TVC

### 20 d'octubre

GIRONA ENTREGA LES MOSQUES. Els periodistes gironins van lliurar les seves tradicionals Mosques de la Informació, organitzades per la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes. La Mosca de Sant Narcís va ser per als cineastes Isaki Lacuesta i Isa Campo per una exitosa carrera, mentre que la Mosca del Col·legi, que premia tota una trajectòria, va ser per al periodista guixolenc Julià Castelló, fundador del Col·legi de Periodistes i del Sindicat de Periodistes i que, a més, ha tingut una extensa carrera professional en mitjans de comunicació com *Cambio 16* i, sobretot, TVE. D'altra banda, la Mosca Grossa, que és per a la persona o entitat que ha facilitat la tasca dels informadors, va ser per a Biel de Montserrat, responsable de premsa de la CUP de Girona, mentre que la Mosca Borda, que s'atorga a la persona o entitat que ha dificultat més la feina dels periodistes, va anar a parar a l'Agrupació local del PDC a Girona. L'acte va tenir lloc a la Casa Solterra, seu dels Serveis

Territorials del Departament de Cultura, i va incloure un homenatge als periodistes Narcís-Jordi Aragó –fundador de l'Associació de la Premsa de Girona i del Col·legi de Periodistes– i Jordi Negre –primer director d'El Punt Diari– ambdós morts en els darrers mesos. L'artista Roser Bover ha estat l'autora dels trofeus d'enguany.



Foto: Tomi Vilches

Foto de família dels guardonats.

## 21 d'octubre

JORNADA DE NETWORKING. El Col·legi de Periodistes i la facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya organitzen la primera "Media Networking event" de la Catalunya Central. La jornada busca potenciar el networking com a fórmula per cercar noves feines.



Foto: CPC

Un moment de la jornada.

## NOVEMBRE

### 2 de novembre

HOMENATGE A PILAR CASANOVA. El CCCB acull un homenatge en record a la periodista Pilar Casanova, que va morir el 5 de juny. L'acte, que va comptar amb la col·laboració del Col·legi, va recordar aquesta professional que va treballar en mitjans com a *Tele/ eXprés*, *Cambio 16* o *El Periódico*. A l'acte van participar Neus Bonet, degana del Col·legi, i periodistes com Rosa Maria Calaf, Pepe Ribas o Juanjo Caballero així com el seu company, Carlos Enrique Bayo. Casanova va formar part de la Junta del Col·legi.

### 3 de novembre

ACORD PER LA COMUNICACIÓ EMPRESARIAL AL BERGUEDÀ. L'Associació comarcal d'empresaris del Berguedà (ACEB) i la Demarcació Catalunya Central

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.



- ▶ 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

del Col·legi de Periodistes signen un conveni de col·laboració per conscienciar de la importància de la comunicació en el teixit empresarial i comercial. L'acord es concretarà en sessions informatives i de formació en comunicació per part del Col·legi que l'ACEB oferirà a les seves empreses associades.

#### 4 de novembre

**JOANA BIARNÉS, PREMI JUAN JOSÉ CASTILLO.** La fotoperiodista Joana Biarnés, la primera dona que va exercir professionalment a Espanya, va recollir el premi Juan José Castillo per la seva trajectòria durant la xxxiii edició del Trofeu Campions, la gala que homenatja els clubs campions de Catalunya i que organitza *El Mundo Deportivo*. Els altres dos guardonats individuals van ser el ciclista Purito Rodríguez i el fisioterapeuta Toni Bové, que van ser premiats amb els Trofeus Extraordinaris. L'acte va tenir lloc a l'Hotel Fairmont Rey Juan Carlos I i va acollir 700 persones. Enguany, fins a 284 equips de 30 esports van recollir un guardó per haver quedat campions o haver pujar de categoria en la temporada 2015-2016.



Foto: El Mundo Deportivo

Joana Biarnés al recollir el premi.

#### 9 de novembre

**EXPOSICIÓ SOBRE MONTSERRAT ROIG.** El Col·legi de Periodistes acull una exposició sobre la periodista i escriptora Montserrat Roig quan es compleixen vint-i-cinc anys de la seva mort. Organitzada per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, el Memorial Democràtic i el Col·legi de Periodistes, la mostra està il·lustrada amb fotografies de Pilar Aymerich i posa especial atenció en el treball de recuperació i memòria dels republicans deportats al camps nazis. L'exposició es pot visitar fins al 31 de gener.

#### 14 de novembre

**ATORGUEN ELS PREMIS NACIONALS DE COMUNICACIÓ.** La 16a edició dels Premis Nacionals de Comunicació, que té lloc al Palau de la Generalitat, premia el

periodista Carles Capdevila en categoria de Premsa, el Club Super3 en la de televisió; el programa de Ràdio Flaixbac *El matí i la mare que el va parir* en la categoria de ràdio, el diari *Nació Digital* en la categoria de mitjans digitals, BTV en la categoria de mitjans de proximitat i el publicista Oriol Villar en la categoria de Publicitat. D'altra banda, Leopoldo Rodés, fundador de Mediaplanning i president d'Havas Media, és guardonat amb una menció d'honor a títol pòstum.



Foto: Manolo García/ARA

Capdevila en recollir el guardó.

**CONVOCATÒRIA DELS PREMIS RAHOLA.** S'obre la convocatòria de la vuitena edició dels premis Carles Rahola de Comunicació Local. També s'ha convocat la beca que atorga la institució en dues modalitats, Professionals i Universitària. Es tracta d'una iniciativa amb el suport de la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

**PREMIS DEL MEMORIAL FRANCESC CANDEL.** La Fundació Paco Candel entrega els premis de la vuitena edició del Memorial Francesc Candel en un acte al Col·legi de Periodistes. En aquesta edició, els guardonats són Núria Feliu en l'àmbit cultural, Joan Soto en l'àmbit social i Carles Canet i Jordi Portals en l'àmbit de la comunicació. La Fundació Privada Paco Candel dóna suport a les persones immigrades que vénen a Catalunya en el procés d'integració.

#### 15 de novembre

**RECOMANACIONS PER COBRIR ACTES TERRORISTES.** El Col·legi de Periodistes i el CAC presenten unes recomanacions sobre la cobertura d'actes terroristes. Algunes de les recomanacions són que els mitjans s'haurien d'abstenir de difondre imatges de cossos de víctimes mortals si se les pot reconèixer o si la crueta és excessiva. També s'haurien de prendre imatges i declaracions de víctimes supervivents sí ho autoritzen expressament o, en cas contrari, si s'editen les imatges per evitar-ne la identificació. Finalment, els

comunicats i vídeos de terroristes només s'haurien de difondre després d'una edició que n'elimini la part propagandística.

**INDIGNACIÓ PER LA POSSIBILITAT DE REQUISAR LES CÀMERES ALS FOTÒGRAFS.** El Col·legi de Periodistes considera indignant que les forces democràtiques del Parlament no siguin capaces de fer front comú a l'hora de garantir el lliure exercici professional dels mitjans i defensar i emparar el dret a una informació veraç. El malestar s'ha originat després que el Parlament rebutgés la setmana passada el punt d'una moció de la CUP que pretenia prohibir als cossos policials requisar les càmeres als informadors gràfics. Junts pel Sí, Ciutadans i el PP van votar en contra d'una proposta que va rebre el suport de la CUP, Catalunya Sí que es Pot i el PSC, i que es va desestimar per 94 vots en contra i 37 a favor. El Col·legi es mostra totalment contrari al fet que cap autoritat que no sigui la judicial pugui actuar sense l'ordre necessària en aquests casos i qualifica d'incomprensible per a qualsevol democràcia posar encara més obstacles a la llibertat de premsa i d'informació.

#### 17 de novembre

**CARME ESCALES, PREMI BOEHRINGER INGELHEIM.** La periodista Carme Escala va guanyar el premi Boehringer Ingelheim al periodisme en medicina en la categoria de Periodisme imprès pel treball *El consum en l'adolescència dispara els riscos de l'alcohol*, publicat a *El Periódico de Catalunya*. Els altres guanyadors van ser Pablo Linde d'*El País.com* en la categoria de Periodisme digital per l'article "Quiénes són los antivacunas" i Concha Inza amb Juanma Jiménez pel reportatge *Las edades del SIDA*, emès a *Documentos TV* en la categoria de Periodisme audiovisual. Aquests guardons –que es van entregar en una cerimònia al Palacio Neptuno de Madrid– volen reconèixer la tasca de mitjans en la divulgació en els camps de la medicina i la salut.



Foto: Boehringer Ingelheim

Els guardonats d'aquesta edició.



### 18 de novembre

SOLEDAD GALLEGO-DÍAZ, PREMI MARGARITA RIVIÈRE. Es lliuren els Premis de Comunicació no sexista al CaixaForum de Barcelona. L'acte, organitzat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, premia el rigor periodístic amb visió de gènere. El premi Margarita Rivièrre que guardona l'excel·lència periodística d'un o d'una periodista que destaquï pel rigor, la independència i la visió de gènere va ser per a Soledad Gallego-Díaz, periodista d'*El País*. El premi compta amb el suport de la família de Rivièrre, el Col·legi de Periodistes, l'Ajuntament de Barcelona i l'Hospital Quirón Salud. Alguns dels premis que també es donen en l'acte van ser el de Bones Pràctiques per a Mònica Bernabé i Gervasio Sánchez per l'exposició "Dones.Afganistan" o el guardó per la sensibilització en documentals contra tot tipus d'explotació sexual i a favor dels drets humans per a Mabel Lozano, mentre que el premi a un programa radiofònic va ser per a Maria de la Pau Janer, directora i presentadora de *Les mil i una nits* de Catalunya Ràdio i el guardó per una línia editorial inclusiva

a favor de les dones per a l'ARA. Finalment, el toc d'atenció a les pràctiques periodístiques discriminatòries i estereotipades envers les dones en la política van ser per a *El Periódico de Catalunya* i *El Mundo* i el Premi a la Trajectòria per Rosa Maria Calaf.

El Col·legi de Periodistes de Catalunya està apostant molt fort en els darrers anys per les xarxes socials com a mètode de difusió d'informació de notícies d'interès sobre comunicació i del ventall de serveis que ofereix.



### 21 de novembre

DIA MUNDIAL DE LA TELEVISIÓ. La demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes organitza per primer cop el Dia Mundial de la Televisió a Lleida, amb la participació de nou televisions lleidatanes. La jornada es tanca amb un programa televisiu especial gravat al Magical Media.



### 24 de novembre

EL TWITTER DEL COL·LEGI ARRIBA ALS 15.000 SEGUIDORS. El compte de Twitter del Col·legi de Periodistes arriba a 15.000 seguidors en només tres anys.



### 30 de novembre

CARME RIERA ALS "PESSIGS DE VIDA". L'escriptora Carme Riera ha estat l'encarregada de tancar el cicle de converses que organitzen la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i el Centre Cultura i que té lloc al Casino de Manresa. El cicle ha tancat la temporada amb tres escriptors convidats. L'escriptor berguedà Jordi Cussà va obrir el trimestre, el 28 de setembre, mentre que el 26 d'octubre va ser el torn de l'escriptora Sílvia Soler i, finalment, el de Carme Riera. Totes les xerrades són obertes al públic.



## 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 de comunicació@periodistes.org

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



— · COM ENS VEU... MARIA CORTE · —



Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals.  
Una altra és fer-ho:

# Compte Expansió Plus PRO

## T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat\*

0

comissions  
d'administració i  
manteniment.\*\*

+ 3%

de devolució (mínim 5 euros i fins a 50 euros al mes) en els principals rebuts domiciliats i sobre les compres amb targeta de crèdit en comerços d'alimentació.<sup>(1)</sup>

+

3% TAE

de remuneració  
en compte sobre els 10.000 primers euros, en cas de tenir saldos en estalvi-inversió superiors a 30.000 euros.<sup>(2)</sup>

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 Plus PRO és exclusiu per a determinats col·lectius professionals. Pregunta al teu gestor quina és la solució financera concreta per al teu col·lectiu.

1. Rebuts domiciliats que corresponguin, com a emissor, a organitzacions no governamentals (ONG) registrades en l'Agència Espanyola de Cooperació i els rebuts de col·legis, escoles bressol i universitats carregats durant el mes. Han de ser centres docents espanyols (públics, privats i concertats) i se n'exclouen les despeses d'acadèmies particulars, col·legis professionals o despeses diferents a les d'escolarització. Tampoc s'hi inclouen les despeses en concepte de postgraus, màsters i doctorats.

2. Operacions de compra fetes a crèdit incloses en la liquidació del mes, amb les targetes modalitat Classic, Or, Premium, Platinum i Shopping Or el contracte de les quals estigui associat a aquest compte, en els establiments comercials d'alimentació inclosos, que es poden consultar en la pàgina [www.bancsabadell.com/compteexpansioplus](http://www.bancsabadell.com/compteexpansioplus).

3. Per tenir accés a aquesta retribució els titulars han de tenir un saldo mitjà mensual en el banc superior a 30.000 euros en recursos, calculat com la suma de saldos del mes anterior de: comptes a la vista, dipòsits, renda fixa a venciment, assegurances de vida-estalvi, fons d'inversió, valors cotitzables i no cotitzables, plans de pensions, plans de previsió d'EPSV i BS Fons Gran Selecció. No es tindrà en compte per al còmput del saldo mitjà el saldo existent en aquest Compte Expansió Plus PRO ni en cap altre de les mateixes característiques en què els titulars siguin intervinents. Sí que es tindrà en consideració el nombre de cotitulars, per la qual cosa el saldo mínim existent en l'entitat com a requisit serà el pres proporcionalment per a cada cotitular. No es remuneraran els saldos durant el primer mes de vida del Compte Expansió Plus PRO.

En cas que no s'assoleixi per part dels titulars el saldo mínim que dona dret a la retribució del Compte Expansió Plus, la liquidació es farà al 0% per aquest concepte.

Rendibilitat: per al tram de saldo diari que excedeixi els 10.000 euros: 0% TIN. Per al tram de saldo diari des de 0 fins a un màxim de 10.000 euros: 2,919% TIN, 1,9910% TAE (calculada tenint en compte els dos tipus d'interès per al supòsit de permanència del saldo mitjà diari durant un any complet). Exemple de liquidació en un any: saldo en compte de 15.000 euros diaris, saldo diari sobre el qual es remunera: 10.000 euros; freqüència 12 (mensual); interessos liquidats en l'any: 291,90 euros.

Oferta vàlida, a partir del mes de octubre de 2015, per la domiciliació en el Compte Expansió Plus PRO d'una nova nòmina, pensió o ingrés regular mensual per un import mínim de 3.000 euros (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular). També cal haver domiciliat 2 rebuts domèstics en els 2 últims mesos.

\* Fins un màxim de 100 euros anuals per compte, amb la quota domiciliada. L'abonament es farà durant el mes de gener en l'any següent.



“ 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

