

♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Gener 2020 · Núm. 183 · 8 €



MIRADES SENSE PREJUDICIS

Col·lectius minoritaris aposten per una informació allunyada dels estereotips que els estigmatitzen

Fer

que avancin els teus
projectes i els de
la societat



CaixaBank

Escoltar Parlar Fer

Estar a prop de les persones ens fa diferents

Escoltar, parlar i fer. Tres paraules que defineixen el nostre compromís amb tu. **Escoltar** és el primer pas per conèixer-te. **Parlar** on vulguis i quan vulguis, **per cercar junts les millors solucions.** I **sobretot fer, que ens porta a continuar innovant** i a contribuir a una millora responsable i sostenible de la societat.

Més informació, a www.CaixaBank.cat/EscoltarParlarFer

05 CARTA DE LA DEGANA
GRÀCIES I FINS AVIAT!
TEXT Neus Bonet Bagant

06 REPORTATGE
SENSE ROSTRE
TEXT Eudald Coll

12 ENTREVISTA
LEILA GUERRIERO
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergi Reboredo

16 NOVETAT EDITORIAL
CREADORS DE MENTIDES
TEXT Simona Levi, Xnet, Robert
Guixaró, Max Carbonell,
Gemma Palau, Elizabeth Bodi i
Gemma García

20 REPORTATGE
NO DIGUIS *CLICKBAIT*
TEXT Adrián Caballero
IL·LUSTRACIÓ Idoia Vallverdú

26 REPORTATGE
EN MANS DEL *FIXER*
TEXT David Meseguer

32 REPORTATGE
TEMES INABASTABLES
TEXT Jordi Benavente

38 REPORTATGE
INSTINTS PRIMARIS
TEXT Carme Escales
IL·LUSTRACIÓ Edmon de Haro

42 REPORTATGE
LA MIRADA DISCRIMINADA
TEXT Jordi Rovira

50 DOSSIER
LA VEU DELS DISCAPACITATS
TEXT Jordi Benavente

54 DOSSIER
APROVATS I SUSPENSOS
TEXT Marga Durá

58 DOSSIER
ATRAPATS EN EL CLIXÉ
TEXT Francesc Ponsa

62 REPORTATGE
CONTRA LES MENTIDES
TEXT Susana Pérez
IL·LUSTRACIÓ Idoia Vallverdú

66 REPORTATGE
UNA ANOMALIA
EN TEMPS DE FRANCO
TEXT Jordi Pacheco

70 REPORTATGE
LA LLUITA CONTINUA
TEXT Josep Maria Figueres

74 REPORTATGE
QÜESTIÓ DE SUPERVIVÈNCIA
TEXT Irene Riart

80 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

82 LLIBRES
Joan Palomes

84 LA FOTO
Antoni Campaña

86 OBITUARIS

88 DIA A DIA
Francesc Farré

98 COM ENS VEU...
Rachel Polo

DOSSIER
LES ALTRES VEUS

· Ç ·

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 183

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira
CONSELL EDITORIAL Neus Bonet, Francesc
Canosa, Ismael Nafria, Mònica Planas,
Xavier Puig
CORRECTOR Jordi Sales
DOCUMENTACIÓ Carme Teixeiro
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
PUBLICITAT Martí Calsapeu / Xavier Puig
FOTO PORTADA Alamy

REDACCIÓ
Col·legi de Periodistes de Catalunya
Rambla de Catalunya 10, principal
08007 Barcelona
T 93 317 19 20
comunicacio@periodistes.cat
www.periodistes.cat

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
Ramon Berenguer IV, 26, prl · 43500
Tortosa, T 977 442 490
Plana de l'Om, 6, 1r · 08241 Manresa
T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN
DEGÀ Joan Maria Morros
VICEDEGANS Enric Badia, Coia Ballester,
Josep Baubí, Rafà Gimena, Núria de José
i Joan Ventura
SECRETARI Francesc Canosa
TRESORER Rafà Gimena
VOCALS Laura Alcalde, David Badia, Josep
Baiges, Laia Forès, Esteve Giralt, Jordi Grau,
Mar Martí, Xavier Masachs, David Melgarejo,
Ismael Nafria, Carles Prats, Cristina Salvador,
Laura Saula, Pipo Serrano, Marc Vicens i
Xavier Vilà

GERENT Martí Calsapeu

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89
ISSN 1135-1047
IMPRESSIÓ Litografia Rosés

AMB EL SUPORT DE:



Generalitat de Catalunya
Departament
de la Presidència



#ProuAgressionsPeriodistes



El teu dret a la informació passa per la llibertat de premsa



GRÀCIES I FINS AVIAT!



Quan obriu aquesta revista hauré deixat el deganat del Col·legi. Han estat gairebé sis anys de degana i quatre de vicedegana al capdavant de la Casa dels Periodistes i toca relleu. Aquesta és una casa que necessita i mereix tota l'atenció possible i jo ara no la hi puc donar. Deixo el deganat, si bé no pararé de lluitar per millorar l'ofici, contra la precarietat, que té majoritàriament rostre femení, en defensa de la llibertat d'expressió i de la llibertat de premsa i, sobretot, dels drets de les dones, presents en elevada proporció a les redaccions, i poc representades en els càrrecs directius.

El capítol d'agraïments és immens. Primer, al nou degà, en Joan Maria Morros, per tenir la valentia d'acceptar el repte de posar-se al capdavant d'un Col·legi amb més de 4.200 col·legiats i que, per més etiquetes que vulguin posar-nos, és una de les associacions professionals amb més esperit crític, analític, sensible i treballador en pro del periodisme que he conegut.

Agraïment molt sincer a totes i tots els membres de la Junta actual, i l'anterior, que van apostar per la meua candidatura, "Més Periodisme i de Més Qualitat" en temps difícils i convulsos. Gràcies per defugir personalismes i pensar en les col·legiades i

"NO PARARÉ DE LLUITAR PER MILLORAR L'OFICI, CONTRA LA PRECARIETAT, PER LA DEFENSA DE LA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ I PELS DRETS DE LES DONES"

els col·legiats. Gràcies per fer abstracció del soroll predominant en moments en què han sovintejat els adjectius poc amables i molt feridors cap a casa nostra només per defensar la pluralitat.

Aquest és un agraïment per a vosaltres: Joan Ventura, Rafà Gimena, Enric Badia, Coia Ballesté i Josep Baubí. Gràcies pels esforços per fer del Col·legi, com a entitat de dret públic, la casa de **TOTHOM**. Sí, en majúscules. Sense distincions de cap tipus. I per apostar per mi.

Agraïment al personal del Col·legi. Sense tothom remant a favor no haurien estat possibles el canvi i la transformació que ha vis-

cut el Col·legi. Gràcies per fer-me confiança, per entendre i participar dels canvis. Gràtitud immensa a Xavier Puig i Martí Calsapeu per ser els dos pilars fonamentals del canvi i per ajudar i per empènyer en moments durs. Per liderar amb empatia els canvis. Per ser-hi sempre.

Gràcies a les institucions que ens han fet costat, especialment a la Fundació "La Caixa". Per creure en "la joia de la corona", el programa "Premsa a les escoles", que fa més de deu anys que fem amb ells i que forma ciutadans crítics en l'ús i el consum de mitjans. No em cansaré de repetir que hem de cuidar la dieta mediàtica dels joves com ho fem amb la dieta alimentària.

Soc de la generació en què els periodistes no hem de ser notícia ni protagonistes. He fet i he defensat allò en què crec i pel que continuaré lluitant, des del deganat o des d'on sigui. I encara alguns agraïments molt especials: a les col·legiades i col·legiats que aposteu pel Col·legi, per l'ofici, perquè no esteu d'acord amb com fem les coses i les voleu canviar, perquè creieu que podem millorar, perquè compartiu objectius comuns. Aquells per als quals el periodisme, l'exercici des d'on l'exerciu, és el vostre eix vital.

I al degà Josep Maria Martí. Qui em va embarcar de nou al Col·legi i de qui vaig aprendre molt en circumstàncies vitals seves extremament difícils. Gràcies sinceres Carles Prats i Núria de José, per la immensa feïnada que heu fet i per la confiança i acompanyament professional i personal. I que vull mantenir. I a en Jordi Rovira, ànima d'aquesta revista que, tot i les crítiques que sempre plouen, n'ha fet una publicació de referència.

Gràcies a tothom pel suport, la confiança i la defensa d'un més i millor periodisme i per demostrar que aquesta ha estat, és i serà sempre una grandíssima feina d'equip.

Fins aviat!

Neus Bonet Bagant

NEUS BONET



Foto: Arxiu



Manifestants amb cartells i màscares d'Anonymous es manifesten al centre de Barcelona el passat 5 de novembre. Foto: Zuma Press / Alamy

SENSE ROSTRE

Les fonts anònimes compliquen la tasca periodística
al voltant del Procés

TEXT EUDALD COLL

Des de fa un temps, molts dels actors del Procés sovint no tenen rostre ni identitat perquè s'amaguen darrere unes paraules en clau o unes sigles. I és que enmig d'una persecució política, policial i judicial implacable als líders independentistes, moltes persones han optat per actuar sense donar la cara. Però, com afecta aquest fet la feina diària dels nombrosos professionals de la informació? I fins a quin punt això condiciona la informació que donen?

Cada cop hi ha més rostres amagats al Procés. La dura resposta política, policial i judicial contra els líders independentistes ha provocat l'empresonament de polítics i activistes mentre altres han hagut de marxar a l'estranger. Davant d'aquest fet, algunes fonts, sobretot els nous moviments de protesta, aposten per l'anonimat. I els periodistes no tenen més remei que treballar en aquest context estrany.

“Està clar que el fet que diversos actors es mantinguin en l'anonimat és anòmal”, reconeix Benet Iñigo, cap de Societat de RAC1. “En faig una valoració negativa i ho trobo una anomalia. Venim d'una etapa en què els interlocutors d'aquest procés eren coneguts, sempre sabies amb qui parlaves, ho podies fer directament i treure'n conclusions, fins i tot del llenguatge no verbal. Tot això s'ha perdut en el camí”, afirma Carles Solà, director del programa *30 Minuts*, de TV3. “Els periodistes –afegeix Iñigo– estem acostumats a tractar algunes fonts amb confidencialitat, sense revelar-ne la identitat públicament, si bé nosaltres sí que sabem qui són i ens és més fàcil valorar la credibilitat de la informació que ens aporten o la representativitat que tenen”. Ara, però, en molts casos ja no és així.

TORNAR A LA CLANDESTINITAT

Malgrat que n'admeten l'anomalia, els periodistes consultats no es sorprenen d'aquest fet. “Es pot entendre pel context actual que es torni a utilitzar la clandestinitat, o l'anonimat, com a escut. És una estratègia que ens complica la feina, encara que en el fons segueix sent la mateixa; saber situar cada font, donar-li la importància i la credibilitat que es mereix, contrastar la informació que ens aporta i, a

“ESTÀ CLAR QUE EL FET QUE DIVERSOS ACTORS ES MANTINGUIN EN L'ANONIMAT ÉS ANÒMAL” Benet Iñigo, RAC1

partir d'aquí, fer un bon servei a la nostra audiència”, assegura Iñigo.

Ignasi Aragay, director adjunt de l'ARA, també justifica aquest fet anòmal perquè “la resposta repressiva de l'Estat davant el plet català, amb polítics i activistes demòcrates i pacífics empresonats, està posant en dubte l'exercici de drets i llibertats bàsiques, inclosa la d'expressió i protesta”. “El sorgiment d'actors anònims dins l'independentisme –prosegueix–

respon a aquesta greu anomalia. És una conseqüència de la incapacitat de l'Estat d'afrontar políticament un problema polític. Es tracta d'una dinàmica perversa, denunciada per institucions com Amnistia Internacional, que està degradant el marc polític democràtic, soscavant els fonaments de l'estat de dret”.

Carles Solà ho entén quan s'ho mira des del punt de vista d'aquestes organitzacions i de les persones que en formen part. “En aquest moment del Procés, del conflicte polític, si per tallar una carretera o fins i tot, només per

parlar d'organitzar una acció de protesta per telèfon, com en els casos de la Tamara i l'Adrià Carrasco, et puguin acusar de terrorisme, qualsevol prevenció és poca. Poden pensar que si per desconvocar una concentració davant de la Conselleria d'Economia damunt d'un vehicle de la Guardia Civil i demanar que s'aïllin les persones que actuïn amb violència, els han caigut nou anys de presó al Jordi Cuixart i al Jordi Sànchez, faran bé de no donar la cara”, explica Solà.

QÜESTIONARIS I SILENCIS

A part dels actors del Procés que aposten per l'anonimat, a la complexa tasca informativa cal sumar-hi les entrevistes a les presons mitjançant un qüestionari en lloc de fer-les cara a cara, ja que així ho exigeixen des d'Institucions Penitenciàries. I, a més, el silenci de moltes persones implica- des. Carles Solà critica "la falta d'interlocució de les fonts oficials com els cossos policials, els tribunals de justícia, les institucions d'una banda i de l'altra, implicades en aquest conflicte". "A vegades -afegeix- hem fet preguntes que han quedat sense resposta i això ho hem deixat dit en els reportatges que hem fet. Hem volgut que quedi constància que els hem donat veu i no ens han dit ni ase ni bèstia. I ho hem fet perquè després ens diuen que som de part, que no hem donat les mateixes oportunitats a totes les parts. Ens hem fet un fart de trucar i de rebre cops de porta. I això també és un condicionant".

"Quan abans s'acabi aquesta socialització de la por, millor per a tots. Amb por no hi pot haver democràcia plena. En tot cas, els periodistes tenim l'obligació d'explicar els fets amb rigor, anant a les fonts primàries, i en cas que se'ns demani anonimat, hem d'assegurar-nos de la identitat i representativitat de les fonts. Així ho hem fet a l'ARA. En contextos de privació de drets i llibertats bàsiques, el periodisme és més important que mai", assegura Aragay.

EL PROBLEMA DELS CDR

Amb tot, no totes les fonts anònimes són iguals ni funcionen de la mateixa manera. L'exemple més clar és la comparació entre els CDR i Tsunami Democràtic. Aquest últim va aparèixer quan faltava poc per saber-se la sentència del Procés, i ara ell

pivota sobre bona part de l'estratègia al voltant de la resposta ciutadana a aquesta sentència. L'èxit de la primera acció -bloquejar l'aeroport- d'aquell nou actor del Procés, que aposta per la desobediència civil no violenta, reeditant així la lògica clandestina de l'I-O, explica que Tsunami actualment tingui més de 400.000 seguidors a Telegram i mig milió més entre Instagram i Twitter i també que alertés les instàncies polítiques, policials i judicials espanyoles.

El cas dels CDR és diferent. Mentre que Tsunami té una sola veu, els Comitès de Defensa de la República (CDR) treballen des de múltiples veus. Actualment, n'hi ha

"QUAN SE'NS DEMANI ANONIMAT HEM D'ASSEGURAR-NOS DE LA IDENTITAT I LA REPRESENTATIVITAT DE LES FONTS" Ignasi Aragay, ARA

uns 400, acostumen a ser d'àmbit local o comarcal i, igual que Tsunami, s'activen ràpidament mitjançant les xarxes socials i els nous canals de comunicació.

A diferència de Tsunami Democràtic, però, els CDR operen des d'una lògica horitzontal i descentralitzada. I la polèmica acompanya algunes de les seves accions, com els *escraches* a les seus d'ERC o el PDECAT (on van deixar excrements i bosses de la brossa i cartells que deien *Desobeïu o dimitiu*) o el comunicat *Independència o bar-*

HI HA CENTENARS DE CDR, PERÒ ELS MITJANS ELS HAN ACABAT PRESENTANT COM UN TOT HOMOGENI QUAN NO ÉS AIXÍ

barie, del 13 de novembre, de CDR-Catalunya, que va generar nombroses crítiques des de diferents sectors independentistes. Però malgrat la multiplicitat de veus que es donen dins dels CDR, els mitjans de comunicació sovint acaben atribuint el que diuen alguns al que diuen tots. I això no convenç alguns periodistes.

"Sincerament, és un tema que em preocupa i fa temps que hi dono voltes", admet Benet Iñigo. "El cas dels CDR -afegeix- és especialment complicat perquè no només hi ha el factor de l'anonimat, sinó també l'horitzontalitat, la diversitat, no són una organització amb estructura orgànica. La màxima perversió d'aquesta atribució extensiva de CDR com un tot el tenim a la causa que investiga l'Audiència Nacional". Iñigo recorda les set persones empresonades -i progressivament alliberades- per formar part d'un grup que el jutge anomena Equip de Resposta Tàctica, que fins i tot el magistrat apunta que haurien actuat al marge dels CDR. "I tot i això, mediàticament, estem davant del "cas dels

CDR detinguts/em-
presonats/acusats de
terrorisme. És molt
difícil fugir-ne, un
cop creat l'imaginari
col·lectiu que aquell
és el "cas dels CDR".

Si a això hi sumem la necessitat intrínseca dels mitjans de simplificar i sintetitzar, ja ho tenim tot. I cal afegir que en aquest cas la campanya per retratar els CDR com quelcom molt homogeni, radical i violent va començar molt abans per part d'alguns mitjans de comunicació. En major o menor mesura, i fent autocrítica, tots hem contribuït a presentar-los com un tot més homogeni del que són".

També, Carles Solà admet la complexitat a l'hora d'afrontar aquesta horitzontalitat.

"Periodísticament
parlant, en el cas
d'una organització
tan complexa com
els CDR és un pro-
blema no saber qui
està parlant, si un

grup concret o la plataforma en el seu conjunt", admet. "Tot i així, si fem una recerca de la presència del CDR a les xarxes trobarem molts grups locals i, nosaltres ens hem acostumat a seguir, i a fer cas, principalment del Twitter, Telegram i Instagram oficials. És la manera de saber que allò que s'hi diu va a missa, perquè si no mai pots



El 14 d'octubre, milers de persones van bloquejar l'aeroport, com va demanar Tsunami Democràtic, en resposta a la sentència del Suprem. Foto: EFE / Alamy

estar segur del tot de no trobar-te amb un compte *fake*, una convocatòria que segueix fent-se quan el CDR “oficial” ja l’ha desconvocat...”, explica.

PER DAVANT DE LA JUSTÍCIA

El 17 de novembre, Carles Solà va entrevistar (doblant-los la veu) dos membres de Tsunami Democràtic per al programa del *30 Minuts*. Un reportatge, fruit de la feina de tres equips del programa durant dues setmanes, en què també s’hi veia com es preparava el bloqueig de la frontera a la Jonquera. “Ens vam plantejar que no ens podíem conformar amb el que ja havien fet altres. Havíem d’aconseguir parlar

amb algú d’aquesta plataforma i després de molts entrebancs, ho vam poder fer. Si informar amb totes les eines al nostre abast ha de comportar problemes al mitjà que ho fa, és que som davant d’un escenari de regressió molt greu de drets i el d’informació és un dret bàsic”, critica Solà. El programa va congrega 664.000 espectadors (amb una quota d’un 23,7%) i va ser *trending topic* a Espanya durant força estona. Un mes després, Cristina Puig al *Preguntes Freqüents (FAQS)*, de TV3, també va entrevistar, via missatges escrits, a Tsunami Democràtic.

El valor d’aquell treball periodístic recau, sobretot, en el fet que Tsunami, malgrat

els pocs mesos que era operatiu, ja estava perseguit per l’Audiència Nacional, que els havia obert una investigació per organització criminal, indicis de terrorisme, i només feia unes setmanes que el ministre de l’Interior en funcions, Fernando Grande-Marlaska, havia reconegut que investigaven l’organització.

L’Estat també va investigar a fons l’1 d’octubre. Aquella consulta va portar de corcoll durant mesos tant la policia espanyola com els serveis secrets, però finalment no van trobar cap urna. En canvi, dos periodistes de l’*ARA* —Xavier Tedó i Laia Vicens— no només van explicar amb tota mena de detall com es va organitzar



Diferents manifestants a la plaça Sant Jaume el passat 10 d'abril després que la Guardia Civil detingués diferents membres de CDR. Foto: Zuma Press / Alamy

l'1 d'octubre, sinó que van parlar amb nombroses persones —a les quals, en tot moment, van preservar l'anonimat— que van guardar urnes a casa seva. Fruit d'això va sortir el llibre d'*Operació Urnes* (Columna, 2018), del qual es van vendre més de 50.000 exemplars i es va convertir en el llibre més venut de no-ficció en català de Sant Jordi d'aquell any. Fins i tot

EL RISC ÉS NO SER UN SIMPLE ALTAVEU D'ALTRI I QUE DES DE FORA S'ENTENGUI QUE HI HA UNA SUBMISSIÓ DEL PERIODISTA A LA FONT

mesos després van presentar una versió actualitzada (*Més operació urnes*) amb nous testimonis i més detalls.

Una de les persones amb qui Tedó i Vicens van parlar va ser en *Lluís*, noms fals sota el qual s'amaga el cervell de tot plegat. També va parlar-hi Laura Rosel al *Preguntes Freqüents (FAQS)*, de TV3, que es va emetre el 22 de setembre de 2018 i en el qual en *Lluís*, amb la veu distorsionada, explicava els detalls de l'operació clandestina que va deixar en evidència tant la policia com els serveis secrets espanyols.

Ara bé, no és paradoxal que la premsa hi pugui accedir i la justícia encara estigui intentant saber qui són? “Sí, és sorprenent —reconeix Iñigo—. D'alguna manera també parla bé del periodisme

que sap guardar l'anonimat de les fonts. En aquests casos, i en altres, la clau és la confiança recíproca que es pugui establir entre font i periodistes que treballen la informació, més que fins i tot amb el mitjà de comunicació. El risc és no traspasar la línia entre fer de periodistes o ser un simple altaveu d'altri, i que des de fora s'entengui que hi ha una submissió del periodista a la font. Si no és així, si el que es fa és aprofitar el contacte per difondre una informació valuosa i veraç, benvinguda sigui. Si la justícia no hi arriba i els periodistes sí, és evident qui té un problema. Jo no subestimaria, però, els recursos i les capacitats de les policies i els poders espanyols. No sabem, a hores d'ara, quina informació tenen, qui la té, i quan i com la volen fer servir”, afirma.

SENSE INTERPEL·LACIÓ

Històricament, moltes plataformes clandestines s'han recolzat en els mitjans per informar de les seves accions o denunciar alguns fets. Els actors anònims del Procés, però, funcionen dins una lògica adaptada als nous temps tecnològics. “El problema no és l'anonimat, –explica Benet Iñigo– sinó les noves maneres de comunicar-se que han proliferat amb les xarxes socials. Aquestes plataformes anònimes llancen el seu missatge a les xarxes com ho fan polítics de tots els colors, sense possibilitat a ser interpel·lats o preguntats pels mitjans. I serà notícia en funció del que diguin i de qui ho digui. Cadascuna d'aquestes organitzacions anònimes es guanya o no la credibilitat en funció del que hem pogut constatar que ha fet i ha dit fins al moment”.

En referència a l'entrevista a Tsunami, Solà assegura que al *30 Minuts* no han inventat res de nou. “Si mirem enrere, veurem un munt de mitjans de comunicació fent entrevistes a persones que pertanyen a organitzacions criminals, grups terroristes, fugats de la justícia, etc. Nosaltres vam fer una entrevista amb dues persones que parlaven en representació d'una plataforma que ha fet mitja dotzena de convocatòries, amb més o menys resposta ciutadana, basades en la desobediència civil i la no-violència” explica.

“Nosaltres hi vam poder accedir perquè aquesta plataforma va voler donar la seva veu i opinar, i va respondre positivament a la nostra petició. I com deien en l'entrevista, els hauria agradat poder-ho

LA POLICIA I ELS SERVEIS SECRETS NO VAN TROBAR LES URNES DE L'1-0, PERÒ DIFERENTS PERIODISTES VAN PARLAR AMB EL CERVELL DE L'OPERACIÓ

fer a cara descoberta, però el fet que l'Audiència Nacional els hagi obert una investigació, no ho va fer possible”, reconeix el director del *30 Minuts*.

En aquest sentit, el cinquè punt del Codi deontològic de la professió periodística a Catalunya deixa ben clar que “les fonts

s'han de citar perquè la informació sigui creïble. No obstant això, els periodistes tenen l'obligació moral de protegir-les invocant el secret professional quan sigui necessari. La confidencialitat ha de servir per emparar les persones en situació d'indefensió o de risc, però en cap cas l'anonimat pot ser utilitzat per atacar individus i organitzacions de manera injustificada”.

PROBLEMES LEGALS?

Però, tot i això, en el context actual, fins a quin punt aquest tasca periodística pot acabar suposant un problema en l'enriscat context actual? “És una qüestió que ens hem plantejat alguna vegada –reconeix Iñigo– tot i així, des del moment en què el nostre abordatge de la seva actuació és purament periodístic no hi hauria d'haver cap problema. Espero no equivocar-me! Tots intentem tenir

fonts que ens expliquin què es cou en tots els àmbits, i inclou els acostaments als col·lectius anònims. Això no vol dir ni que en formem part, ni que compartim ideologia, ni mètodes, ni res de res, sinó que volem saber què hi ha al darrere per analitzar millor què passa i poder-ho explicar millor. Hem de defensar a

ultrança el dret a la informació”. “Fins avui –afegeix Solà– al *30 minuts* no hem rebut cap demanda concreta d'informació. I si venen a demanar-me alguna cosa, per descomptat que m'acolliré al secret professional i al dret a no revelar les fonts pròpies, seguint els criteris que ens marca l'Estatut Professional dels Mitjans de la CCMA. Si no ho fes, estaria traint la confiança que s'ha dipositat en el *30 minuts* com a programa, a TV3 com a mitjà i als professionals del periodisme en el seu conjunt”. Ç

Més informació a:

www.periodistes.cat/codi-deontologic
Codi deontològic de la professió periodística a Catalunya

www.ccma.cat/tv3/alcarta/preguntes-freqüents/vaig-encarregar-me-de-dissenyar-fabricar-importar-i-fer-entrar-les-urnes-de-l1-0/video/5787620/ › Programa *Preguntes Freqüents*, de TV3, del 22 de setembre de 2018

www.ccma.cat/tv3/alcarta/30-minuts/dies-de-tsunami/video/5961426/ › Reportatge “Dies de Tsunami”, del programa *30 Minuts* de TV3



Entrevista a Leila Guerriero, periodista

"TRIOMFEN ELS QUE SABEN EXPLICAR HISTÒRIES"

El 18 de novembre, Leila Guerriero va recollir al Col·legi de Periodistes el XIV Premi Internacional de Periodisme Manuel Vázquez Montalbán en la categoria de Periodisme cultural i polític. Reconeguda com una de les grans plomes de l'Amèrica Llatina, aquesta argentina és tot un referent del periodisme narratiu, el que es cou a foc lent i juga amb els recursos de la ficció, aquell que dona qualitat i sentit a la professió.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGI REBOREDO

M'agradaria que et despullassis.

No! (riu.)

Metafòricament.

Ni tan sols metafòricament.

Doncs diuen que Teoría de la gravedad (Libros del Asteroide, 2019), el teu darrer llibre, on hi ha un recull de columnes que has escrit a El País, és el més personal. No sé fins a quin punt quan t'obres al lector també et despullas.

Es pot pensar que el llibre és personal perquè parteix de situacions personals per després explicar coses més universals, però el nivell d'exposició està summament mesurat. Al pròleg, l'escriptor Pedro Mairal diu una cosa que reflecteix el que contenen les meves columnes, i és que quan "tot just començo a aparèixer, ja desaparec". Hi ha, doncs, un grau d'exposició

controlat. La gent pot arribar a pensar que coneix moltes coses de mi, si bé en el fons no és així. Ningú sap qui soc jo.

El 1967, Manuel Vázquez Montalbán –que dona nom al premi que reculls– va escriure: “Em miro al mirall per si la meva pròpia imatge em dona una resposta”. Que veu Leila Guerriero quan es mira al mirall?

Sobretot una persona que escriu i que ara, a més, viatja molt. Soc algú que pot viure del que sempre va voler fer, escriure. I amb una vida feta al voltant de l'escriptura.

El 1992, volies publicar un conte i vas acabar treballant de periodista. Això sí que és l'argument d'un conte.

Sí, la història de com arribo al periodisme és curiosa. Sempre havia escrit ficció, des de petita, i vaig portar un conte a *Página 12* sense tenir-hi cap contacte i sense pre-

tendre ser periodista. No sé per què vaig fer-ho. Potser pensava que així em podia descobrir algun editor important.

Però et va descobrir el director del diari.

"Tu ets periodista i no te n'havies adonat", em va dir. Vaig començar a treballar com a periodista i mai més vaig tornar a la ficció.

Aquell director et va donar feina al suplement cultural del diari.

A *Página 30*, una revista preciosa. Allà em vaig educar i formar. Quan vaig comprar-me la primera gravadora em sentia com un xef que, per primer cop, es compra el seu kit de cuina.

Al pròleg, Mairal també parla de com vas afrontar “l'aprenentatge solitari d'un ofici”. Ho vas fer, però, rodejada de grans professionals.

PERFIL

La periodista argentina Leila Guerriero (1967, Junín) va estudiar Turisme, carrera que mai ha exercit. Va iniciar-se en el periodisme al diari *Página 12* i, des de llavors, ha col·laborat amb nombroses capçaleres. Actualment, escriu a *El País*, *Rolling Stone*, *La Nación* i *Gatopardo*. Autora de llibres de no-ficció com *Los suicidas del fin del mundo* (2006), *Frutos extraños* (2009), *Plano americano* (2011), *Una historia sencilla* (2013), *Zona de obras* (2014), *Opus Gelber. Retrato de un pianista* (2019) i *Teoría de la gravedad* (2019), la seva obra ha estat traduïda a l'anglès, l'italià, el portuguès, l'alemany, el francès i el polonès.

És que no ho hauria pogut fer sola perquè no se m'hauria ocorregut ser periodista. O potser sí, però hauria necessitat més temps. La meua escola va ser la redacció.

"LA GENT POT ARRIBAR A PENSAR QUE CONEIX MOLTES COSES DE MI, PERÒ EN EL FONS NO ÉS AIXÍ. NINGÚ SAP QUI SOC JO"

Primer *Página 30* i després altres mitjans i editors. Un bon editor és algú que et diu per on no has d'anar més que no pas per on has d'anar. A *Página 30* ho vaig aprendre tot. Va ser el meu banc de proves. I era un lloc molt exigent, ja que era una revista on escrivien les millors plomes d'Argentina.

Quan a Rodolfo Walsh li diuen "hi ha un afusellat que viu", s'està mesos investigant i acaba escrivint el llibre Operación Masacre (1957), però no hi ha gaires mitjans que puguin finançar això. Tu has pogut fer periodisme narratiu i que t'ho paguin, encara que no sé si en aquest àmbit sempre és així o habitualment s'han de fer altres coses.

No altres coses, però sí moltes coses. No conec ningú que visqui tan sols d'escriure un text cada mes. Jo he assumit les despeses de les investigacions dels meus llibres. Amb tot, aquesta és la meua manera de treballar. Quasi mai signo un contracte amb una

editorial abans de tenir el llibre escrit, perquè aquest sorgeix d'una manera especial, quasi sense adonar-me'n. Ara bé, tots els periodistes que ens hi dediquem vivim

de moltes coses. I com dius, no hi ha cap mitjà que tingui pressupost potencial per pagar el que podria valer una crònica que necessita de tres

mesos o d'un any de feina. Per això, molts vivim de diverses coses, totes relacionades amb el periodisme.

Més d'una vegada has explicat que la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano –creada per Gabriel García Márquez, i actualment rebatejada com Fundación Gabo– ha permès crear una xarxa de periodistes narratius.

Jo crec que el treball de la Fundació ha estat, sobretot, posar en el mapa el treball de la crònica, del periodisme narratiu. Abans

"ELS DARRERS ANYS, ELS MITJANS ESTAN MÉS PREOCUPATS A PUBLICAR NOTÍCIES SOBRE L'AUGE DE LA CRÒNICA QUE A PUBLICAR CRÒNIQUES"

no hi havia cap lloc que aglutinés tot això. I, sens dubte, ara tenim la sensació de disposar d'una xarxa. Jo mateixa, com a editora, si necessito un periodista a Espanya, Bolívia o Equador per a alguna revista o

editorial, actualment dispo d'un mapa i un lloc on recórrer, on consultar. I ara tots aquests periodistes estan molt comunicats entre ells. Hi ha un diàleg, una conversa, que va ser instal·lada per la Fundació. I és saludable que ho hagi fet.

Darrerament, molts periodistes narratius publiquen llibres. És un pas natural, tenint en compte que els mitjans de comunicació difícilment publiquen aquests tipus d'històries?

És curiós, ja que els darrers anys els mitjans de comunicació estan més preocupats a publicar notícies sobre l'auge de la crònica que no pas a publicar cròniques pròpiament. És un misteri insondable. Per què parlen d'una cosa que després no publiquen? Per què parlen de l'auge d'una cosa que després quasi no es publica enlloc? És evident que els llibres són el lloc natural de la crònica, i ara quasi totes les editorials tenen una col·lecció de crònica. En canvi, hi ha pocs mitjans que publiquin cròniques. La crònica sempre ha estat un gènere marginal en aquest sentit. No totes les revistes i diaris han publicat cròniques llarguíssimes. I els diaris tampoc són el lloc perquè s'hi publiquin cròniques de quaranta-mil caràcters. Tot i això, als diaris i revistes hi ha editors que ho defensen. Si no no estariem ara aquí parlant-ne.

Podem dir que el periodisme narratiu és minoritari però que té bona salut?

Crec que sí. Es comencen a veure alguns mitjans que estan apostant per marcar la diferència amb la qualitat i pel periodisme de pagament.

I què serà el que marcarà la diferència perquè un lector es decideixi a pagar?

Precisament, anava a preguntar-te sobre això. Alguns mitjans estan apostant per la qualitat, però en els darrers anys les empreses periodístiques han retallat moltes despeses i es troben que ara tenen re-

daccions precaritzades a les quals es demana un periodisme de qualitat.

Jo crec que, en alguns casos, els mitjans s'han disparat un tret al peu desprenent-se d'alguns dels millors periodistes.

Eren els més cars.

Precisament per això. Els acomiadaments s'han fet sobretot entre els periodistes que portaven quinze o vint anys en una redacció. I molts cops eren els professionals que aportaven una alta qualitat al mitjà. I ara els mitjans es troben amb un problema. Em consta que alguns estan pensant d'aconseguir firmes de periodistes reconeguts, aquells que marquen la diferència, per aconseguir que els lectors paguin per llegir-los.

Pel que fa al periodisme narratiu, Espanya és unes passes enrere de l'Amèrica Llatina?

No ho crec, aquí hi ha bons periodistes. Ara bé, s'han donat processos diferents. A l'Amèrica Llatina, va haver-hi una continuïtat amb aquesta idea del periodisme narratiu, que als anys vuitanta i noranta estava cultivat per molt poca gent que venien d'una llarga tradició de la crònica. A Espanya, però, em sembla que aquesta tradició es va abandonar una mica, mentre que allà s'hi va potenciar. A partir de final dels noranta, va començar a créixer molt i la Fundación Nuevo Periodismo va posar al capdavant dels tallers, del consell

"ENTRE ELS PERIODISTES, OBSERVO QUE DESCONEIXEN LA TRADICIÓ. VAS MÉS ENLLÀ DELS VUITANTA I NO TENEN NI IDEA DEL QUE PARLES"

assessor, del consell rector, etc. periodistes fantàstics que marcaven el ritme de la crònica a l'Amèrica Llatina com Juan Villoro, Miguel Ángel Bastenier, Martín Caparros o Alma Guillermoprieto. Eren accessibles i els alumnes—entre els quals hi havia més llatinamericans que espanyols—podien preguntar-los de tot. I aquells professors van ensenyar a les noves generacions que fins llavors tenien referents nord-ameri-

cans com Tom Wolfe, Truman Capote o Gay Talese.

La brevetat és una característica de la teva escriptura. Les teves frases no acostumen a ser gaire llargues. Menys és més?

Crec que suficient és més. Jo tinc traça amb el format curt, m'agrada, però cada cop més em maten els textos de mitjana distància, els de quinze mil caràcters. Cada vegada estic més desbordada en els formats llargs. Quasi me'n vaig als cinquanta o seixanta mil caràcters perquè faig més treball d'investigació i necessito més espai per explicar la història. Amb tot,

"A LES FACULTATS DE PERIODISME, S'ANALITZEN ELS CLÀSSICS DEL PERIODISME, PERÒ NO ES FORMA ELS ALUMNES COM A LECTORS"

el problema d'un text no és que sigui llarg, sinó que sigui dolent. Si és llarg i dolent, és doblement dolent.

Has dit que escriure i no agradar-te llegir és tan estrany com si a un xef de cuina no li agradés menjar. Em dona la impressió, però, que actualment en la professió periodística es llegeix menys.

A vegades, en xerrades i tallers que imparteixo en facultats de Periodisme menciono autors que per a mi no són gens estranys, i observo que la gent em mira com si els estigués parlant de l'autor més estrany del

món. Em crida molt l'atenció que hi hagi periodistes, per exemple, que mai hagin escoltat parlar de Richard Ford. Potser és manca de curiositat. O potser és una falta de guia de lectura.

Gemma Nierga, una coneguda periodista espanyola, explica que una vegada impartia una xerrada en un màster de Periodisme i es va adonar

que els alumnes no sabien qui era Manuel Vázquez Montalbán. Hi ha, doncs, un desconeixement de molts referents.

En alguns casos, entre els periodistes observo que desconeixen la tradició de la professió. No saben d'on venen. I, de tant en tant, apareix algú i es pensa que ha inventat la pólvora, quan resulta que la pólvora la van inventar Vázquez Montalbán, Walsh, etc. Si vas més enllà dels anys vuitanta, no tenen ni idea del que parles".

A vegades sembla que allò que no és a les xarxes, no existeix.

També s'han de revisar els programes de les facultats de Periodisme. Quina facultat coneixes que tingui literatura—de ficció i no-ficció—entre les seves matèries? És clar que s'analitzen

els clàssics del periodisme, sobretot els d'investigació, però no es forma els alumnes com a lectors.

M'agrada la teva claredat al voltant del debat sobre l'objectivitat. "Son badomerries", vas assegurar. Ho dius perquè t'ho sembla o pel cansament d'un debat reiteratiu?

És una pregunta que es repeteix i ho he dit fins a l'extenuació: sempre que hi ha un text o una fotografia elaborada per algú, hi ha una mirada. El que no pot passar és que sigui una subjectivitat arbitrària, deshonest, sinó que ha de ser informada, potent.

Per finalitzar, tu has dit que ets "la persona més pessimista de l'univers". Em fa por preguntar-te pel futur de la professió!

Doncs, precisament, soc molt optimista respecte al futur de la professió. No crec que hi hagi cap possibilitat que el periodisme s'acabi. En part, perquè segueix sent el lloc on, d'alguna manera, es planta cara a moltes coses relacionades amb l'abús del poder, i també perquè els que triomfen més són els que saben explicar històries. Ç

CREADORS DE MENTIDES

COM L'ECOSISTEMA INFORMATIU
PARTICIPA I ALIMENTA LES *FAKE NEWS*

TEXT SIMONA LEVI, XNET, ROBERT GUIXARÓ, MAX CARBONELL,
GEMMA PALAU, ELIZABETH BODI I GEMMA GARCÍA



Seminari de Google a França. Aquesta empresa obté beneficis milionaris gràcies a l'ús de les dades dels usuaris. Foto: Norbert Scanella / Alamy

El llibre *Fake you. Fake news i desinformació* (Raig Verd, 2019) és un projecte dirigit per Simona Levi –impulsora de la plataforma d’activisme digital Xnet– que analitza com governs, partits polítics, importants mitjans de comunicació, corporacions i grans fortunes participen de la manipulació informativa, així com de les retallades de la llibertat d’expressió. En aquestes pàgines, reproduïm alguns extractes del capítol dedicat a la producció de *fake news* i a l’ecosistema informatiu que sovint fa possible que hi tinguin recorregut.

Com flueix la informació? Que els ciutadans vivim en una bombolla informativa no és nou. Els éssers humans sempre hem vist més el que volíem veure, no el que necessitàvem veure. A més, els canals de difusió de la informació sempre han estat en mans d’agents monopolístics, ja siguin governs o empreses, que han utilitzat els biaixos informatius en interès propi. La propietat dels mitjans de comunicació de masses condiciona el marc conceptual, de manera que el relat s’elabora d’acord amb els interessos de les elits econòmiques i dels governs; és notòria la dificultat que té la professió periodística de mantenir la seva independència...

En el seu llibre *Flat Earth News*, el periodista britànic Nick Davies comenta que a la dècada dels vuitanta es va imposar un

LES XARXES HAN DEBILITAT ELS MITJANS, QUE FINS LLAVORS EREN ELS INTERMEDIARIS ÚNICS ENTRE LA INFORMACIÓ I ELS CONSUMIDORS

model de gestió empresarial, el model Murdoch, que consisteix a convertir el periodisme en un negoci més.

Les xarxes han debilitat els mitjans de comunicació que fins llavors exercien d’intermediaris únics entre la informació i els consumidors d’informació. Tal com va succeir amb l’arribada de l’escriptura o de la impremta, l’arribada d’Internet ha comportat, d’una banda, la desintermediació i ha permès una democratització de l’accés i la generació d’informació,

però també, de l’altra, ha obert la porta a una reconfiguració de la intermediació i ha possibilitat altres formes de creació de bombolles de biaix informatiu. La peculiaritat de la situació actual és que els biaixos es poden generar de manera predictiva i es poden configurar automàticament. És el que es coneix com a *governança algorísmica*.

Els algoritmes de Facebook, Twitter i Google discriminen informació sense consultar-nos. A més, són espais que es regeixen per l’ambigüïtat de fer-nos creure que naveguem lliurement; mai se’ns indica clarament que no és així. Però els algoritmes d’aquestes companyies creen un univers únic per a cada usuari, exacerbant les tendències ideològiques i anímiques que interpreta l’algoritme segons l’edat, la ubicació, les preferències, etc. de l’usuari. Això provoca que l’algoritme prengui eleccions molt diferents per a cada persona.

DADES I MANIPULACIÓ

Jaron Lanier, analista del món digital i un dels pioners d’Internet en els vuitanta, sosté que els monopolis han arruïnat Internet. En el seu llibre *Ten Arguments for Deleting your Social Media Accounts*, explica que en el desenvolupament de les estructures de les xarxes socials privatives –és a dir, que pertanyen a empreses privades i el codi i funcionament no són accessibles ni coneguts– s’utilitzen tècniques conduc-

tistes d’addicció per afavorir els clients: el veritable client no és l’usuari, sinó aquesta misteriosa tercera persona (l’anunciant) que en manipula les decisions. Això ja passava amb els mitjans de comunicació convencionals, ara bé, “a mesura que els algoritmes han anat millorant-ne l’abast, ja no es pot anomenar publicitat... Les xarxes socials s’han convertit en imperis de la modificació de conductes”, explica. L’objectiu final d’aquestes plataformes és incrementar el temps de permanència dels usuaris, el que es tradueix en un major consum d’anuncis i una major recopilació de dades sobre ells. Per aconseguir-ho, l’algoritme mostra a l’usuari el que considera més interessant per a ell, el que el reafirma en les seves conviccions, el que el retindrà més temps o farà que torni més freqüentment a la Xarxa. Pot arribar, fins i tot, a modificar la configuració del nostre mur de Facebook o la nostra cronologia d’Instagram o de Twitter.

Com és notori, gegants com Facebook i Google, que basen el seu negoci en el que ofereixen aparentment de manera gratuïta, obtenen els beneficis amb les dades dels seus usuaris, justament perquè amb ells creen anuncis personalitzats i predictius. El 2017, Facebook va tenir uns beneficis de quaranta mil milions de dòlars, mentre que Google va superar els cent mil milions.

MITJANS VULNERABLES

I què passa amb els mitjans? Els mitjans ara han de competir pels ingressos en publicitat amb aquests gegants, de manera

que sumen als biaixos anteriors els nous que propicia el nou mercat publicitari. A això s'afegeix una variable que s'està amplificant cada vegada més: la ingerència política, mitjançant el finançament dels mitjans amb publicitat institucional. A causa de la pèrdua d'ingressos publicitaris per la competència en l'àmbit digital, la vulnerabilitat dels mitjans n'ha incrementat la dependència dels partits.

Com a agreujant, ens trobem amb el fet que a països com Espanya s'ha desenvolupat un model de negoci dels mitjans de comunicació de masses basat a demanar diners als directors de comunicació dels partits. Per aquesta via, alguns mitjans s'asseguren ingressos en publicitat institucional de diversos nivells administratius: ajuntaments, diputacions, comunitats autònomes o l'Estat.

Un treball recent d'Álvarez Peralta i G. Franco mostra la correlació entre els ingressos per aquest concepte i una línia editorial submissa per part dels mitjans que els perceben, incloent-hi la difusió d'informacions falses. Aquest assumpte és encara més preocupant que les xarxes de bots dels partits ja que, al capdavall, aquests últims es financen amb el presupost dels grups polítics, mentre que la publicitat institucional es paga amb recursos públics de les institucions, que haurien de ser completament neutrals en aquest aspecte.

LA DEPENDÈNCIA DELS PARTITS POLÍTICS IMPLICA UNA LÍNIA EDITORIAL QUE INCLOU LA DIFUSIÓ D'INFORMACIONS FALSES

Aquesta deriva només pot accentuar la tendència que els mitjans es dediquin a replicar sense verificació la informació rebuda per governs i partits, com si aquests fossin fidedignes. No és estrany trobar-se en els mitjans de masses amb informacions publicades que ni tan sols han passat per un exercici de verificació tan senzill i tan a l'abast de qualsevol en l'era

CONTRA ELS MITES DE LES INFORMACIONS FALSES

Fake you. Fake news i desinformació (Raig Verd, 2019) està dirigit per l'activista Simona Levi i ha estat escrit amb alumnes del màster en Drets Civils, Tecnopolítica i Cultura Digital que imparteix a la UPF. Així, hi ha treballat Robert Guixaró, Max Carbonell, Gemma Palau, Elizabeth Bodi i Gemma García i compta amb les col·laboracions de Guillem Martínez, Lorin Decarli i Tatiana Bazzichelli, Emanuele Cozzo i Luce Prignano. El llibre –que és *creative commons*, es troba en català i castellà i ja prepara la segona edició– desmunta els mites sobre les informacions falses.



digital com fer una simple cerca a Google o en un altre motor. Podem permetre'ns mitjans de comunicació –els anomenats *guardians de la veritat*– que no són capaços d'un exercici tan bàsic?

RUMORS QUE CREIXEN

Tots els analistes coincideixen a dir que els que basen el seu negoci o els seus objectius ideològics en l'amplificació de notícies fabricades tenen com a objectiu clau aconseguir que algun gran mitjà doni veu als seus rumors per aconseguir una replicació realment exponencial. Com explica profusament Whitney Phillips a *L'oxigen de l'amplificació*, fins i tot els mitjans que parlen de rumors per explicar que són rumors –amb un interès genuí o amb l'interès de guanyar lectors per l'escabrositat de la notícia– només contribueixen a l'expansió dels mateixos.

L'escola Bannon basa l'èxit en això (entre altres coses perquè és més barat): produï-

xen rumors provocatius i agressius, i després s'asseuen a mirar com els seus adversaris polítics fan la feina de viralitzar-los una i altra vegada a les xarxes socials, en saberudes columnes d'opinió o en notícies, mentre clamen al cel amb indignació i escarafalls. El camí porta sempre al mateix lloc: el problema no rau en Internet, sinó en els interessos ideològics o econòmics darrere de tot això i per als quals Internet, en molts casos, només és un dels àmbits de difusió.

Si tenim en compte que amb la crisi, els mitjans han acabat en mans de grans conglomerats financers –principalment els bancs dels quals eren deutors–, de manera que han perdut tota independència en alguns àmbits sistèmics com ara el sistema financer, el quadre és encara més greu.

El Reuter Institute de la Universitat d'Oxford certifica, des de fa anys, que, entre els diversos països de l'àmbit cultural occidental que analitzen, Espanya és el que té els mitjans de comunicació menys fiables. També ho corrobora la *Columbia Journalist Review*, una revista de referència,



Les xarxes socials s'han convertit en un dels àmbits de difusió de determinats interessos ideològics o econòmics. Foto: Rachel Torres / Alamy

que afirma que, en certs casos concrets, “els lectors de notícies a Espanya no tenen un lloc on llegir cobertures informatives almenys moderadament neutrals”.

Troblem un exemple d'això en l'afirmació d'*El País*—un mitjà considerat de prestigi i que es ven com a especialista en *fake news*— que les pàgines coordinades des de Rússia i centrades a influir a Espanya arribaven a 65 milions de persones, mentre que els dades proporcionades per Facebook sobre les pàgines d'aquest estil que l'empresa ha tancat a causa d'una activitat sospitosa estimen que no arribaven als deu mil seguidors.

Curiosament, el que sí que s'ha confirmat és que *El País*, el mateix mitjà que publicava aquestes falses informacions, havia cobrat en el passat recent—fins 2016—del Kremlin per difondre propaganda russa.

Potser el que semblaven notícies només era una venjança comercial, i potser el mitjà, al cap i a la fi, sí que pugui arribar a considerar-se especialista en *fake news*.

Ara bé, encara que és evident que el cas espanyol n'és un bon exponent, la veritat és que no és l'únic lloc en el qual el codi deontològic del periodisme esdevé una desiderata i no una obligació, i cada vegada més mitjans de comunicació veuen

FINS I TOT ELS MITJANS QUE PARLEN DE RUMORS PER EXPLICAR QUE SÓN RUMORS CONTRIBUEIXEN A L'EXPANSIÓ DELS MATEIXOS

que la fabricació d'informació—sobretot si algun actor la “patrocina” econòmicament—és més rendible que no pas la investigació.

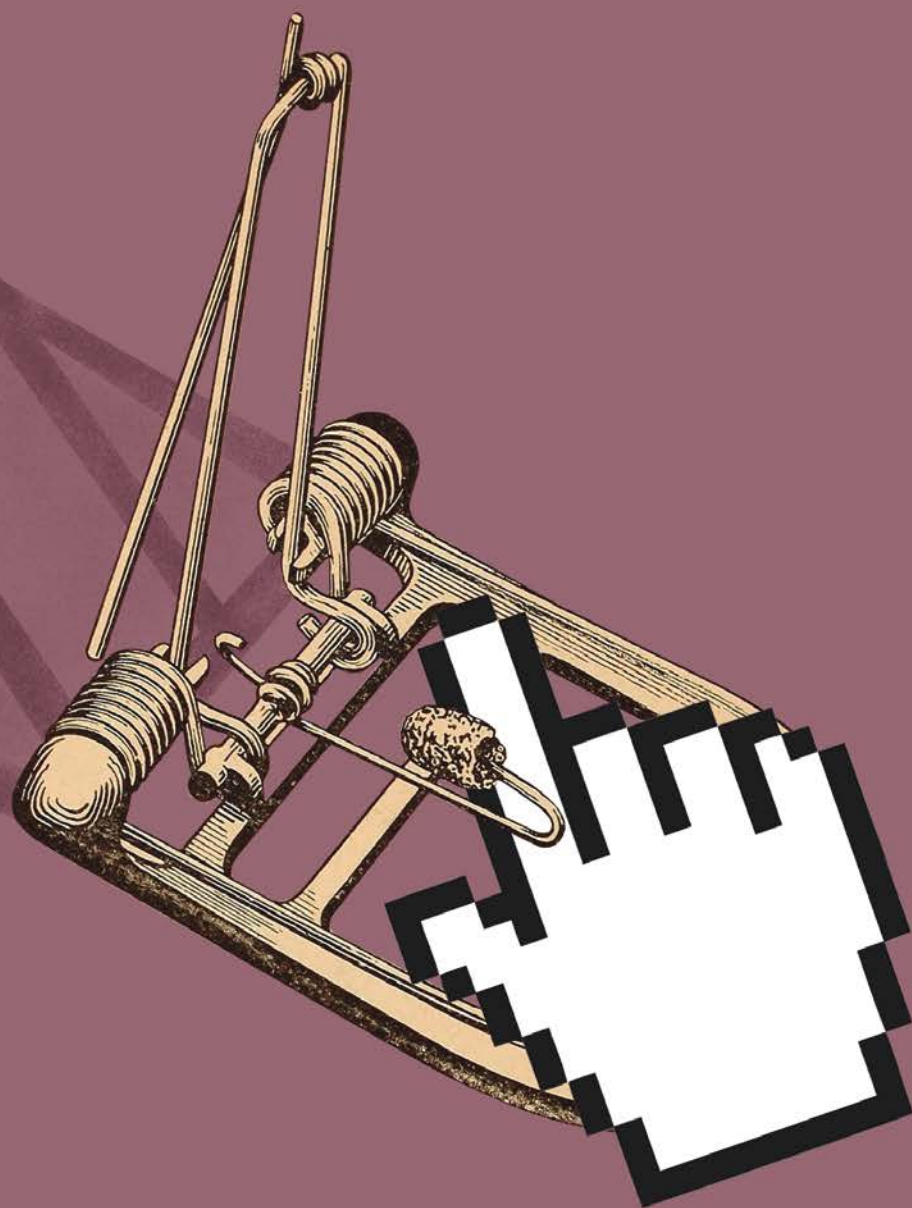
A més, el problema augmenta a causa de la proliferació de noves capçaleres creades *ad hoc* que, sota l'aparença de mitjans de comunicació, finalment, només són canals propagandístics de fabricació de notícies esbiaixades que parteixen, o no, d'altres notícies.

Així doncs, la veritable causa de les *fake news* i la desinformació cal buscar-la en aquestes raons—la informació de part i “patrocinada”—i no en la llibertat d'expressió, que és on la situen les polítiques de govern. Ç

NO DIGUIS *CLICKBAIT*

Les seccions virals són vitals per al model de negoci de la majoria dels mitjans digitals en obert

TEXT ADRIÁN CABALLERO
IL·LUSTRACIÓ IDOIA VALLVERDÚ



Segons les estadístiques, hi ha molts més ciutadans que afirmen mirar els documentals d'animals que els que diuen les dades d'audiència. Una cosa semblant ocorre al parlar del clickbait, articles de consum ràpid amb titulars que només busquen captar visites. Per una banda, són articles que la gent no sol compartir a les xarxes però, per l'altra, contribueixen de manera crucial al total de visites dels mitjans digitals. En un context en què la publicitat provinent de Google està en declivi, sembla que aquests milions –sí, milions– de visites necessiten quelcom més perquè el model basat en contingut gratuït sigui rendible.

A final dels anys noranta i principi d'aquest segle, la majoria de mitjans es van incorporar a la Xarxa. A Espanya, són comptades les iniciatives que durant els primers anys del segle XXI van intentar tancar-ne el contingut –sigui totalment o parcial. Gairebé a ningú li va sortir bé l'experiment. Anys després, la immensa majoria continua confiant en un model de negoci basat en contingut gratuït. Com s'aconsegueix, però, que sigui rendible?

L'equació és senzilla i coneguda: s'atreu el màxim de visites al web i aquestes es monetitzen per mitjà de la publicitat. A més visites, més ingressos. L'estructura del mitjà serà la que determina si es necessiten milions de visites o només uns milers per fer l'empresa viable. Ara bé, com s'obtenen milions de visites en un mes? Serà gràcies a això que en diuen *clickbait*?

Als responsables dels mitjans no els agrada gaire escoltar aquesta paraula associada a la seva capçalera. “Tots fem *clickbait* i tots sabem que no l'hem de fer”, expressa Nerea Rodríguez, redactora en cap d'*El Món*, amb una sinceritat que contrasta amb altres mitjans, que prefereixen l'ús de termes com *contingut lleuger* o *informació popular*, com diu Guillem Bargalló, director de *Catalunya Diari*. “Ningú vol parlar de *clickbait* perquè és una tècnica

per generar clics que no entronca amb la concepció periodística del treball de qualitat”, valora José Luís Rodríguez Cuyás, consultor en transformació digital per a diferents mitjans.

QUÈ ÉS EL CLICKBAIT?

El *clickbait* –que en català s'anomena *pescaclics*, malgrat que aquesta expressió no sigui gaire utilitzada– és com una paraula tabú en algunes redaccions. És comprensible que directors i caps de redacció no vulguin associar el seu mitjà amb el *clickbait*, ja que consideren que aquest anglicisme fa referència a explicar mentides. “Nosaltres no expliquem boles”,

ELS MITJANS PREFEREIXEN PARLAR D'INFORMACIÓ POPULAR O CONTINGUT LLEUGER EN COMPTES DE PARLAR DE CLICKBAIT

exclamen Toni Piqué, director de Projectes d'*El Nacional*, i Guillem Bargalló, de *Catalunya Diari*. La seva afirmació, però, es basa en un error d'apreciació. Confonen el contingut que busca una viralitat fàcil amb les *fake news*.

El *clickbait*, tal com explica Rodríguez Cuyás, és “un procediment per captar

usuaris mitjançant la creació d'una expectativa respecte del contingut”. També, Bernardo Marín García, subdirector d'*El País*, creu que *clickbait* són “notícies banals i sensacionalistes”. Així ho defineix al seu darrer llibre, *La tirania del clic* (Taurus, 2019), en què estableix que si bé “el lector potser no se sent defraudat amb el contingut, pot acabar fastiguejat d'haver de clicar un cop i un altre per descobrir detalls que ja haurien de ser al titular, segons les regles del periodisme”.

En aquest sentit, per a Vicent Partal, director de *VilaWeb*, “l'objectiu d'un article *clickbait* no és que llegeixis, sinó que sumis una visita més a l'estadística”. Partal, que presideix l'European Journalism Centre, adverteix que “una cosa és el periodisme dels mitjans populistes com *Die Bild* i una altra enganyar la gent, fent que piquis en quelcom que no aporta res de valor”.

CANSATS DE LES CRÍTQUES

El que quasi ningú nega és que la majoria de les visites dels seus mitjans provenen de les anomenades *seccions virals*, com Gent, Cor, Successos, etc. “Creiem molt en la



LA PUBLICITAT DE GOOGLE, AMENAÇADA

Què és la publicitat programàtica?

Imaginem una companyia aèria que vol promocionar vols a Roma. Aquesta podria negociar directament amb els mitjans o pujar un anunci a Google, donant l'ordre que es mostrin ofertes a persones que hagin cercat informació sobre Roma, Itàlia o que, simplement, encaixin en una franja d'edat determinada. Aquesta segona opció és la "publicitat programàtica". Els mitjans reserven espais del seu web que Google omplirà amb anuncis que seran diferents segons l'usuari que llegeix el mitjà.

Quin paper tenen les famoses galetes?

Les cookies o galetes són petits arxius que s'emmagatzemen en una part del nostre ordinador o telèfon cada cop que accedim a un web. Aquest arxiu acumula tota la informació del que fem, diem o busquem. És a dir, gràcies a això, els webs que visitem saben si estem interessats en Roma, la novel·la negra o bé l'edat que tenim.

Per què ja no serveix tant?

Des del 2017, la Unió Europea ha impulsat restriccions en l'ús de les galetes i obliga als webs a que sigui fàcil rebutjar-les. Un estudi d'Ipsos Moris calcula que més d'un 20% dels usuaris ja les rebutja. La principal conseqüència és que ara, quan

entrem en un portal web, aquest no sap si ens agrada Roma o Nàpols. Ni tan sols l'edat que tenim. A més, molts usuaris han instal·lat bloquejadors d'anuncis, un altre obstacle per a l'anunciant.

Com afecta això als mitjans?

El preu al qual es ven l'espai publicitari del mitjà el determina Google gràcies a una subhasta. Les companyies aèries fixen un preu màxim que pagaran per arribar al potencial viatger de Barcelona a Roma. Com més informació tinguem de l'usuari, més pagaran per ell. Si, per la nova regulació, tenim poca informació, les companyies no voldran pagar tant. Això, com es pot deduir, té conseqüències directes en els ingressos dels mitjans que depenen de la publicitat programàtica.

I ara què?

Malgrat que les conseqüències del nou context seran graduals, els experts ja recomanen concentrar-se en tres tipus d'alternatives: en primer lloc, la publicitat tradicional o directa, negociada pels equips comercials dels mitjans. En segon lloc, la publicitat contextual –anunciar llibres a la secció de Cultura i vols a Roma en un article que parli de la capital italiana. Per últim, els experts preveuen que els mitjans miraran més cap al model de subscripció.

barreja de temes de qualitat amb informació popular", defensa Nerea Rodríguez.

D'altra banda, des de *Catalunya Diari*, detallen com aquest mitjà es basa en "molta informació de servei", com les loteries, horòscops i la previsió meteorològica, i en el fet de tractar "l'actualitat sense politit-

visites, "s'han pogut cometre errors en el passat", com reconeixen tant Rodríguez des d'*El Món* com Enric Sierra, sotsdirector de *La Vanguardia*.

Tot i així, aquests errors "no han estat part d'una estratègia planificada", argumenta Sierra. "A *Nació Digital* hi ha la instrucció de no fer aquest tipus de contingut", explica Miquel Macià, director d'aquest mitjà digital. Amb tot, amb el pas dels anys, molts mitjans de comunicació han fet desaparèixer de les portades la secció "El més llegit".

Una decisió que té sentit. "De què em serveix dir al lector que el més llegit és l'horòscop o la loteria si a la portada apostem

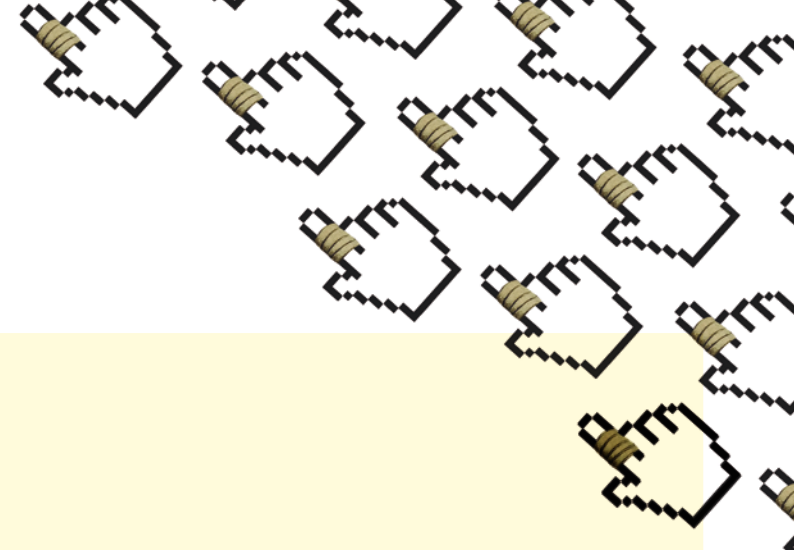
per la política o pels articles d'opinió?", es pregunta Sierra.

A *El Nacional*, un mitjà que ha estat assenyalat diferents cops per utilitzar tècniques com el *clickbait*, no amaguen el fàstic per aquesta etiqueta. "Sí, fem *clickbait*, però només en un parell de seccions", manifesta el director de Projectes, Toni Piqué, que assegura que, al contrari del que es pot pensar i del que reconeixen altres capçaleres, "a *El Nacional* un 60% de les visites provenen de la secció de Política". "Qui vulgui descriure *El Nacional* com un mitjà on tot el trànsit el fan les seccions virals és que no coneix les xifres", denuncia Piqué, que critica els qui tenen aquest concepte del seu mitjà.

"TOTS FEM CLICKBAIT I TOTS SABEM QUE NO L'HEM DE FER"

Nerea Rodríguez, *El Món*

zar-la, per arribar al màxim de gent possible". I sí, alguns no dubten a reconèixer que, quan el tema ha estat aconseguir més



“SI DEMÀ TALLEN L’AIXETA, DESAPAREIX TOT”

Més enllà del que aconseguixen amb la publicitat, els mitjans en català tenen una altra font d'ingressos que suposa un percentatge rellevant als seus comptes: els diners públics. D'una banda, estan les subvencions que atorga el Departament de Presidència als mitjans de comunicació. Per l'altra, la publicitat institucional.

En el cas dels mitjans digitals, les subvencions es basen, principalment, en els visitants únics de cada mitjà. “El visitant únic és aquell que ha ‘picat’ amb el teu *clickbait*”, explica Vicent Partal des de VilaWeb, on no utilitzen *clickbait*, i argumenta que “el que hauria de premiar la subvenció és el nombre de visitants recurrents, aquells que tornen a la teva capçalera”.

Des de Presidència, recorden que, des de fa anys, “s’ha tendit a rebaixar el pes de la difusió dels mitjans en favor del suport a la professionalització”, és a dir, que cada vegada més una part important de la subvenció es dona en funció de l'estructura de la redacció. També en els darrers anys, les bases de la subvenció han incorporat “criteris de valoració qualitius”, com la “fidelitat del lector, la profunditat d'aquest i el temps de les visites dels usuaris únics”.

“HI HA MITJANS DE COMUNICACIÓ QUE VIUEN EN UN 90% DE LES INSTITUCIONS”

VICENT PARTAL, VILAWEB

Des del mateix departament asseguren que continuen treballant per seguir reduint el pes del factor difusió, ja que continua sent especialment rellevant.

Quan se'ls pregunta per les subvencions públiques, cap dels mitjans entrevistats considera que els aportin un ingrés rellevant. “Una cosa són les subvencions i una altra la publicitat institucional”, puntualitza Partal, que denuncia que “hi ha tot un sistema, del qual l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) i les subvencions de la Generalitat participen, el resultat del qual és la promoció del mal periodisme”. Així, s'entén que segons un estudi de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), mitjans com *Nació Digital* depenguin en un 60% dels ingressos de diners públics.

Mentre alguns mitjans, com *Catalunya Diari*, reclamen que per causa de la seva difusió haurien de rebre més diners públics, des del Departament de Presidència se'ls recorda que “el fet d'afegir-se una part qualitativa a les bases, matisa els resultats que aquests mitjans haurien obtingut amb la manera tradicional de calcular”.

QÜESTIÓ DE SUPERVIVÈNCIA

El factor quantitatiu, però, continua sent-ne el principal i per a alguns, com Enric Sierra, converteix la majoria dels mitjans digitals en dependents de l'erari públic. “Si demà la Generalitat ja no donés subvencions, *La Vanguardia* seria un dels pocs que sobreviuria”, afirma el subdirector de la capçalera. Curiosament, però, el diari del Grupo Godó va rebre més de cinc milions d'euros de diners públics –sumant subvencions i publicitat– el 2017 segons el mateix estudi de la UAB.

Vicent Partal encara és més contundent, posant l'èmfasi en el fet que “hi ha mitjans de comunicació que viuen en un 90% de les institucions, sigui per la via de les subvencions, de la publicitat o d'encàrrecs”. Preocupat per la situació, Partal llança un missatge clar: “Si demà les institucions tallen l'aixeta, que diguin el que vulguin, però aquí desapareix tot”.

Pel que fa a la rellevància de l'OJD a l'hora d'auditar les visites dels mitjans digitals, el director de VilaWeb denuncia que “s’han quedat antiquats” i per això, des de fa mesos, aquesta capçalera ja no està auditada. “El triangle entre OJD, subvencions i publicitat és terrible i ridícul”, manifesta Partal.

Pel que fa a la comparativa amb els països veïns, el també president de l'European Journalism Centre és contundent. “Estem molt malament”, afirma. I, tot seguit, assegura que “només a Europa de l'Est es pot parlar d'un nivell de dependència del poder polític-econòmic tan gran com a Espanya”. “És un problema històric –afegeix–. Per això, quan des de l'European Journalism Centre assessoren mitjans de comunicació de l'est i el centre d'Europa, el primer que fan és explicar-los que han de crear un model sostenible. “Perquè si no ho fas, et quedes atrapat en la influència del poder polític”, conclou Partal.

“Que es mirin ells mateixos”, assegura. I és que des d’*El Nacional* es mostren cansats per les connotacions negatives amb les quals s’associen seccions del mitjà com *En Blau* o *El Caso*.

LES XARXES, CLAUS

L’auge d’aquest contingut viral i la repercussió en el model de negoci s’explica pel paper que tenen les xarxes socials a l’hora d’aportar visites als mitjans. “Tenim molt comprovat que quan penges algun contingut a la Xarxa, o li poses una mica de gràcia al titular o la gent no hi entra”, apunta Nerea Rodríguez.

En un sentit semblant es posiciona Macià, que caracteritza els titulars digitals per “anar molt forçats”. “Apareixen titulars que al paper no haguéssim admès mai”,

"NINGÚ VOL PARLAR DE CLICKBAIT PERQUÈ NO ENTRONCA AMB LA CONCEPCIÓ PERIODÍSTICA DEL TREBALL DE QUALITAT" Luís Rodríguez Cuyàs

admet. Coneixedors de la importància de la difusió del contingut són la gent de *Catalunya Diari*. “El nostre model de negoci es basa en les xarxes. Fem informació popular que interessa molta gent i la distribuïm bé per les xarxes socials”, concreta Guillem Bargalló.

QUADRATURA DEL CERCLE

Sigui com sigui, alguns mitjans són capaços d’aconseguir les visites necessàries per construir un mitjà obert i rendible. Un cop maximitzades les visites, però, cal convertir-les en ingressos per publicitat. La via més senzilla és l’anomenada *publicitat programàtica*, que consisteix a deixar espais al web perquè companyies com Google els omplin amb anuncis personalitzats. “La majoria de la nostra publicitat prové de la programàtica”, assenyalen tant des de *Catalunya Diari* com des d’*El Nacional*. Si més no, aquesta publicitat, avui en dia presenta amenaces. “Les empreses ja no saben

on s’anuncien, la gent comença a rebutjar les galetes i molts tenen bloquejadors d’anuncis al navegador”, explica Partal. Davant d’aquest fet, els mitjans cerquen els anunciants per si mateixos. “Facturem directament a sis-cents clients”, presumeix Miquel Macià, que celebra que a *Nació Digital* la publicitat programàtica només porta un deu per cent dels ingressos. Una excepció en el context actual.

A l’hora de facilitar el treball als comercials, s’ha comprovat que els webs temàtics i locals poden ser molt útils, al mateix temps, per

aconseguir visites d’un nínxol concret, ja sigui d’un tema determinat o bé ciutadans d’una comarca o ciutat, amb publicitat d’aquell sector o ciutat. *El Món* i *Nació Digital* inverteixen molts esforços en aquest sentit. Els primers treballen webs especialitzats com *Vadeví*. Els segons, a banda de webs temàtics com *Adolescents.cat*, tenen webs territorials que els permeten captar anunciants de cada comarca.

Mentre mitjans com *Catalunya Diari*, *El Nacional* i *El Món* no veuen clar que a curt o mitjà termini el seu model de negoci hagi de canviar, altres com *Nació*

"ALS MITJANS DIGITALS APAREIXEN TITULARS QUE AL PAPER NO HAGUÉSSIM ADMÈS MAI" Miquel Macià, *Nació Digital*

Digital, *VilaWeb* i *La Vanguardia* aposten per models diferents. Els primers volen

mantenir el contingut en obert, però demanar una subscripció que faci el mitjà menys dependent de la publicitat, mentre que la capçalera de Godó aposta per un tancament selectiu de continguts que només demana el registre de l’usuari per consumir-los. Una estratègia que Sierra anomena *la quadratura del cercle*. “Mantenir els ingressos que dona el volum de visites mentre obres una aventura que es diu pagament per continguts”, explica.

A *VilaWeb*, en canvi, fa temps que van trobar aquesta rendibilitat sense *clickbait*. “16.000 subscriptors són la resposta”, apunta, contudent Partal i alerta la resta de mitjans que “el periodisme ‘escombraria’ no es paga”. I afirma que part de la culpa que existeixi *clickbait* “és un mal dibuix del model de finançament”.

Capçaleres històriques de l’Estat, tant *La Vanguardia* com els que al tombant de

segle van fracassar en l’aposta pel contingut de pagament –*El País* i *El Mundo*–, en els darrers temps estan anant cap al registre previ. Potser tenen clar que el futur passa per abandonar l’aposta pel volum de visites sense més que, com vaticina Marín García, “és una cursa que no porta enlloc”. Ç

GAUDEIX DEL SABOR DEL MOMENT



SENT EL GUST®

EN MANS DEL *FIXER*

La tasca, sovint a l'ombra, de periodistes locals esdevé clau per a una bona cobertura internacional

TEXT DAVID MESEGUER



Baderkhan Ahmad amb dos periodistes francesos durant la realització d'un documental per al canal Arte. Foto: cedida per Baderkhan Ahmad

Els atemptats terroristes del 2017 i el Procés han brindat la possibilitat a informadors catalans de treballar com a *fixers*. Producció, contextualització i traducció, són algunes de les funcions que periodistes del territori realitzen per a mitjans estrangers que cobreixen successos, principalment conflictes, amb ressò internacional. La supressió de moltes corresponсалies i l'aposta per cobertures curtes amb enviats especials, no sempre familiaritzats amb la llengua i cultura locals, en fan necessària la contractació. *Fixers* i periodistes aporten una mica de llum sobre aquest perfil professional clau i poc reconegut.

Falten tres hores per entrar en directe i en Samuel s'afanya a trucar a tots els timbres d'un portal del passeig de Gràcia. La televisió belga vtm amb qui treballa vol fer un *stand up* des d'un balcó amb vistes al cèntric carrer, que ja es comença a omplir de gom a gom. La cadena flamenca fa cinc dies que és a Barcelona cobrint la reacció ciutadana a la sentència del Procés i vol el

S'ACOSTUMEN A ASSOCIAR A PAÏSOS EN CONFLICTE I NO SEMPRE ÉS AIXÍ. ELS ENVIATS ESPECIALS A LLOCS COM CATALUNYA TAMBÉ EN NECESSITEN

millor tir de càmera per a una jornada en què han coincidit una vaga general i les Marxes per la Llibertat, que finalitzaran amb una gran manifestació pel centre de la capital catalana.

“Mai m’havia plantejat fer de *fixer* fins que, l’1 d’octubre de 2017, em va arribar l’oportunitat”, explica Samuel Nacar, un fotoperiodista freelance de vint-i-set anys que alterna l’elaboració de reportatges amb feines de producció en el món

audiovisual. Com ell, un bon nombre de periodistes catalans van començar a desenvolupar la tasca de *fixer* per a mitjans internacionals arran dels atemptats terroristes i del referèndum de 2017.

“Una companya em va dir que la BBC necessitava un periodista local que treballés amb ells cobrint les protestes contra el

turisme massiu a Mallorca. Les condicions eren força bones i de seguida vaig acceptar. El 16 d’agost de 2017, agafàvem un avió cap a

l’illa i l’endemà vam haver de tornar cap a Barcelona a causa dels atemptats”, recorda Esperanza Escribano qui, des de llavors, actua com a productora local del mitjà britànic a l’Estat espanyol.

MOLT MÉS QUE UN TRADUCTOR

“Més enllà de parlar un bon anglès, valoren que siguis una persona resolutiva, coneguis bé la situació i el territori, i que tinguis una bona agenda de contactes”,

destaca Núria Segura, qui durant dotze dies de l’octubre de 2017 va treballar com a *fixer* també per a la BBC aprofitant les vacances que tenia al *Periòdic d’Andorra*.

“Va ser una oportunitat inesperada perquè potser tenim la idea que per fer de *fixer* cal ser en un país en conflicte”, assenyala la periodista.

Durant el referèndum de l’1-0 i els dies posteriors, la cadena britànica va arribar a tenir fins a quatre equips desplaçats a Catalunya, i cadascun d’aquests comptava amb la col·laboració d’un periodista local que, principalment, realitzava tasques de producció, contextualització i traducció.

“El 2012, la BBC va tancar la corresponсалia a Madrid i, des de llavors, hi tenen un parell de col·laboradors que fan textos en línia i ràdio. Ara, també hi estic jo, que actuo com a productora local freelance”, indica l’Esperanza.

Amb la supressió de moltes corresponсалies, els mitjans recorren cada cop més als enviats especials, no sempre familiaritzats amb la llengua i la cultura locals.

“Un corresponçal fix abans es considerava un catedràtic en la matèria del país on estava destinat i no acostumava a recórrer a *fixers* perquè, fins i tot, podia ser humiliant. En canvi, ara un enviat especial no té aquests complexos, ja que sap que avui pot ser enviat a Polònia i demà passat a Ruanda”, destaca Christopher Tulloch, professor i director del màster en Periodisme Polític Internacional a la UPF.

“Allò que els periodistes més aprecien d'un *fixer* és la gestió del temps, és a dir, acomplir la tasca encomanada en el període exigít”, explica Baderkhan Ahmad, un periodista kurd de Síria que treballa regularment amb mitjans com *Bild*, *ABC News* o el *Daily Mail*. “També valoren poder aconseguir històries exclusives o l'accés a persones complicades, i perquè això sigui possible has d'estar molt atent a l'actualitat, seguir les notícies i el desenvolupament dels esdeveniments, parlar

UN BON NOMBRE DE PERIODISTES CATALANS VA COMENÇAR A TREBALLAR DE *FIXER* ARRAN DE L'ATEMPTAT DE LA RAMBLA I DE L'1 D'OCTUBRE

amb moltes fonts i també pensar possibles escenaris del que pugui succeir a curt termini”, assenjala aquest jove de vint-i-un anys que va aprendre l'anglès i a treballar com a periodista de manera autodidacta al departament de premsa de les Forces Democràtiques Sirianes.

PREDICCIÓ I REACCIÓ

“Si saps què succeirà pots preparar-te ràpidament per organitzar-ho tot a nivell logístic i periodístic, i donar una bona

resposta a les necessitats del periodista”, subratlla el Baderkhan, qui va adquirir experiència prenent imatges i gestionant xarxes socials al front de guerra contra l'Estat Islàmic a la ciutat de Raqqa.

Natalia Sancha, que cobreix la situació a Síria i al Líban per a *El País*, destaca que per treballar amb la màxima seguretat possible cal una persona que conegui

"ALLÒ QUE ELS PERIODISTES MÉS APRECIEN D'UN *FIXER* ÉS ACOMPLIR LA TASCA ENCOMANADA EN EL PERÍODE EXIGIT", Baderkhan Ahmad, *Bild*

el terreny, la gent que hi habita i sàpiga detectar i evitar els riscos. Per a aquesta periodista andalusa resident a Beirut “és important que el *fixer* tingui nocions de periodisme perquè regions com Síria han estat mig segle sota règims dominats per sistemes de propaganda i de mitjans únics estatals”.

En aquest sentit, Esperanza Escribano destaca que a banda

de la traducció i de la producció, una de les tasques més importants és la de filtratge i *fact checking*. “Recordo que el dia dels atemptats va parlar-se d'una gran estampida de gent prop de La Rambla. Finalment, vaig poder comprovar que era una informació falsa. Durant l'1-0, també ens tractaven d'intoxicar amb propaganda perquè a vegades és fàcil enganyar l'enviat especial que no coneix la realitat d'aquí. Com a *fixer*, la teva funció és filtrar el màxim possible i contextualitzar”, explica aquesta madrilenya resident a Barcelona.

Una opinió que comparteix la corresponçal de tv3 i Catalunya Ràdio a l'Orient Mitjà, Txell Feixas. “Molts cops t'envien amb poc temps a un país que no has trepitjat mai i malgrat que estudies i segueixes l'actualitat, necessites algú que sigui d'allà i aquesta figura esdevé clau. Durant la preproducció de temes el *fixer* té una missió molt important que és dir-te si allò existeix o no és veritat, quan per exemple, d'una anècdota se n'ha fet una categoria”, afirma aquesta periodista catalana, que creu que un bon *fixer* et col·loca informativament dins d'una realitat que no és la que t'arriba a través d'altres mitjans.

UNA VEU A TENIR EN COMPTE

En relació amb la tasca de contextualització, Samuel Nacar i Esperanza Escribano valoren molt positivament que els mitjans internacionals tinguin molt en compte la seva opinió. “Constantment, dono el meu punt de vista de com crec que evolucionaran els esdeveniments. Per exemple, dos dies després de la sentència del Procés, la televisió belga volia marxar. Els vaig dir que no podien fer-ho, ja que divendres eren les Marxes de la Dignitat i la vaga, i les protestes anirien en augment. No ho tenien clar, però finalment van confiar en mi i s'hi van quedar”, comenta el fotoperiodista.

“Després estaven molt contents perquè van gravar tots els disturbis i van ser de les poques cadenes internacionals que ho fer amb el seu equip i presentador propi. Van poder donar una versió dels fets amb ma-

terial propi i sense la necessitat de recórrer a agències”, recorda el Samuel, satisfet. L’Esperanza destaca aquells moments “en què tot l’equip s’atura per escoltar-te”. La

Periodistes i *fixers* també donen molta importància a ser propositius amb temes i a la capacitat de reacció davant imprevistos. “A l’Orient Mitjà, res és el que has previst i un bon *fixer* ha de tenir la capacitat de convertir un error en una millor història”, subratlla la corresponsal de TV3. En aquest sentit,

Escribano recorda una situació durant la cobertura del referèndum de l’1-0. “A les 11 del matí, em van demanar una entre-

vista amb dos expresidents del govern espanyol per al cap de poques hores. Com que era molt difícil aconseguir tenir a González, Aznar o Zapatero, finalment vaig optar per fer-ho amb Javier Solana i Albert Rivera”, detalla.

TARIFES I RECONeixEMENT

Si bé existeixen alguns grups de Facebook i WhatsApp on poden entrar en contacte periodistes i *fixers*, el boca-orella a partir d’una bona experiència professional és el principal canal de recomanació.

"COM A *FIXER*, LA TEVA FUNCió ÉS FILTRAR EL MÀXIM POSSIBLE I CONTEXTUALITZAR-HO"

Esperanza Escribano, BBC

fixer també assenyalava que sempre la fan participar en el procés de revisió d’una peça abans que aquesta s’envii a la redacció.



Samuel Nacar consulta el telèfon mòbil mentre l'equip de la televisió belga VTM realitza un directe al centre de Barcelona. Foto: David Meseguer.



Istanbul, abril de 2017. Entrevista al cap de redacció del *Cumhuriyet*, Aydın Engin, amb la *fixer* Begum Asker. Foto: cedida per Txell Freixas

“El *fixer* és una figura clau en tot el procés de producció informativa des de l’inici de la cobertura fins que es publica, perquè al

NOMÉS MITJANS COM *THE NEW YORK TIMES* INCLOUEN EL *FIXER* EN ELS CRÈDITS DELS QUE HAN CONTRIBUÏT A UNA INFORMACIÓ

cap i a la fi són ells qui acaben orientant els periodistes, aconsellant què cobrir i on fer-ho, algunes vegades condicionats per la seguretat i els permisos d’accés als llocs”, assenyalava Natalia Sancha.

Malgrat que l’èxit d’un reportatge depèn en gran mesura de l’habilitat i experiència del *fixer*, habitualment, és una tasca poc reconeguda i fins i tot anònima. Només

alguns mitjans com *The New York Times* inclouen el nom del *fixer* en els crèdits dels professionals que han contribuït a elaborar aquella informació.

“Durant l’11-o, hi havia 700 periodistes acreditats i com a freelance era molt

complicat poder col·locar una peça, i si ho feies per a un mitjà nacional potser et pagaven setanta euros. Si se’t presenta l’oportunitat, surt molt més a compte treballar de *fixer*”, admet Nacar.

Encara que la tarifa d’un *fixer* oscil·la entre 150 i 300 euros diaris, segons la importància del moment informatiu i la demanda, el fet d’estar subjectes a pics

d’actualitat fa pràcticament impossible viure en exclusiva d’aquesta activitat.

“Un 50% del meu sou prové de la meua feina amb la BBC, tot i així, necessito complementar-ho amb col·laboracions freelance amb altres mitjans de comunicació”, destaca Escribano, qui sí que treballa amb certa regularitat per a la cadena britànica. “És molt difícil que en un país com Espanya algú pugui viure exclusivament d’exercir de *fixer*, ara bé, si resideixes a Madrid tens més possibilitats perquè molts mitjans tenen equips allà on es genera molt volum informatiu”, comenta Núria Segura. “No és una feina estable i no hi puc dependre, per això estudio informàtica i faig de fotògraf freelance per a Associated Press”, conclou Baderkhan Ahmad. Ç

Descobreix el passeig

de // 'ART de MADRID...



Museu del Prado



Museu Thyssen-Bornemisza



M.N.C.A. Reina Sofia



...i viatja en el temps de la mà
d'un expert en art pictòric!

TEMES INABASTABLES

Crònica dels treballs periodístics que acaben per no fer-se

TEXT JORDI BENAVENTE



Xavier Aldekoa té pendent un reportatge a Sudan del Sud. A la imatge, un camp de refugiats a Uganda destinat a sud-sudanesos.

Foto: UE /Echo

Tots els periodistes tenen al llarg de la trajectòria professional una sèrie de temes que, per una raó o altra, han quedat a mig camí. Són treballs que es queden en l'aire perpètuament o que, senzillament, són impossibles de realitzar per una qüestió de pressupost, manca de fonts o de temps, entre altres raons. Son històries, en definitiva, que no surten mai del cap dels creadors, però que l'acompanyen sempre més com un tema inacabat, irrealitzable, impossible de tirar endavant.

Aquest reportatge –el millor del darrer trimestre de 2019 del *Report.cat*–, se centra en alguns d'aquests projectes frustrats.

Res. Un grapat de polaroids i quatre notes en una llibreta. Philip Winter no té res. Però ahora sap que tot plegat no ha estat en va. Al començament de la pel·lícula *Alicia a les ciutats* (1974), de Wim Wenders, el reporter alemany protagonista fa un mes que recorre els Estats Units amb un cotxe llogat –motels de carretera, edificis, platges, benzineres– quan, per fi, arriba a Nova York, al despatx del seu editor nord-americà, que li pregunta que com porta la història. Perquè Winter havia d'escriure sobre els paisatges dels EUA.

“Has estat quatre setmanes de viatge i només em portes un munt de fotos”, escup l'editor. “És que encara no he acabat”, diu Winter, calmat i absent com si dins del seu cap encara fos a la carretera. “Recorrent els EUA, les imatges que veus fan que succeeixi quelcom, i la raó per la qual he fet tantes fotos és que són part de la història. Però no ho puc explicar, encara”.

Encara no ho pot explicar, diu. I el perquè és ben senzill: hi ha temes inabastables, reportatges que no tancarem mai. I hi ha molts motius.

TRETZE SEGONS DE BOB MARLEY

“Quan arribis a un país, posa't a caminar. Allà on trobis un pòster de Bob Marley: aquells són els bons”. És un dels consells

que dona Carles Bosch, a la universitat, sempre que els alumnes li pregunten com orientar-se quan vas de corresponsal a un país que no coneixes. “Ho dic mig en conya, –admet–, però té una base real. El que és evident és que no trobaràs mai un pòster de Bob Marley al despatx dels torturadors”.

L'any 2007, el periodista, exreporter i director de cinema documental Carles Bosch, membre fundador dels programes *Trenta Minuts* i *Sense Ficcio*, de TV3, i nominat als *Oscars*, el 2004, pel documental *Balseros*, buscava una nova història. “Puc trigar anys, ara bé, quan la trobo m'hi llanço de cap”, reconeix. I, de sobte, va creure que ho tenia: el protagonista seria Bob Marley. Explicaria la vida del jamaicà a través de les seves cançons i d'una sèrie d'històries del present en què tant Marley com la rebel·lió que simbolitzava

ministre de Cultura va fer imprimir una col·lecció oficial de segells amb la cara de Marley. Hi havia moltíssimes històries, i la suma tenia un sentit”, recorda.

Bosch va volar a Jamaica per parlar amb Chris Blackwell, el fundador d'Island Records, propietari dels drets d'imatge del cantant. “Li va encantar la idea. I ja teníem un equip i la tira d'històries per rodar, i la idea que fossin tres minutets màxim per història, i que cadascuna lligaria amb una cançó de Marley, demostrant que la lluita continuava viva”, explica. El problema va arribar a l'hora de negociar els drets de les cançons, que no són de Blackwell, sinó de la família. Poca broma.

Perquè s'entengui la muntanya de diners de què estem parlant, Bosch diu que sempre que en tenen l'ocasió els productors

del seu documental *Septiembre* expliquen l'anècdota dels tretze segons. “Un dels presos que surten a la pel·lícula cantava, o millor dit, destrossava

"MOLTES VEGADES, NO ACONSEGUIR UNA HISTÒRIA ÉS UNA OPORTUNITAT PERQUÈ, DE SOBTE, EN TENS UNA ALTRA AL DAVANT" Xavier Aldekoa

continuaven vius. “Vaig trobar un grup guerriller africà que tenia una cançó seva d'himne; un grup feminista britànic que cada any muntava una carrossa inspirada en una de les seves cançons; un país centreasiàtic que, un cop independent, el

No Woman, No Cry. Però era tan meravellós veure'l lluitar amb la cançó, que volia dedicar a algú molt especial per a ell, que no me'n vaig poder estar”, rememora Bosch, que va acabar pagant 13.000 dòlars pels drets. Mil dòlars per cada un dels



Bob Marley, de qui Carles Bosch volia fer un documental que al final no va acabar reeixint, durant un concert el 1976. Foto: Pictorial Press Ltd / Alamy

tretze segons en què el pres, fent karaoke, canta la seva versió de la cançó. “Vaig fer-me famós en el món dels productors per tossut: els vaig posar de la meva butxaca perquè per a mi era fonamental”, afirma. Imaginem-nos ara la factura de tota una pel·lícula. Això, és un tema inabastable.

EL CONTINGUT DELS VENTRES

De vegades les coses no són el que semblen. T’hi acostes i tot són angles que tallen, silenci, tabús. Coincidint amb

CARLES BOSCH VOLIA FER UN DOCUMENTAL SOBRE BOB MARLEY, PERÒ EL COST DEL DRETS DE LES CANÇONS VA FER AVORTAR EL PROJECTE

l'embaràs de la seva parella, fa dos anys, el fotoperiodista Edu Bayer va investigar “les noves maternitats”. Bayer treballa per a mitjans com *The New York Times*, *National*

Geographic, *Time*, *Al-Jazira*, *Le Monde*, *The Guardian* i *La Vanguardia*, entre altres, i en aquell moment vivia als Estats Units, on estan permesos els “ventres de lloguer”. D'aquí va venir la idea.

“El tema té moltes arestes interessants, com la dificultat de la maternitat degut a l'estil de vida occidental, la sacralització del cos, el dret a fer-ne negoci, la possibilitat de fer pares dos homes o els límits ètics de la ciència. Em semblava un gran tema, que afecta la nostra generació de ple. A

més, en aquell moment teníem diverses parelles d'amics que estaven en processos d'embaràs subrogat de bessons o de reproducció assistida i inseminació”, explica Bayer.

El primer contratemps va venir dels amics. Que van negar-se “rotundament”

a permetre-li que documentés amb la càmera els processos de maternitat. “Encara hi ha molt d'estigma, i el tema s'amaga”, admet.

El segon revés va venir de qui ell suposava que eren dones explotades. “Vaig pensar que podria enfocar el tema dels ventres de lloguer com a explotació de gènere, en canvi, vaig trobar dones que asseguraven que ho feien encantades”, explica. Ja tenien fills, i així podien continuar a casa seva, cuidant-los, i alhora cobrant per llogar el seu ventre. Algunes fins i tot parlaven d'una certa “addicció a estar embarassades”. D'una banda, doncs, les negatives, i de l'altra el fet de constatar com n'arribava a ser, de polièdric, el tema.

Al final, Bayer va aparcar-lo. “Un projecte de llarg termini com aquest, que són els que m'agraden, pot durar mesos o anys, per això a vegades dubtem de si llançar-nos-hi o no”, diu.

I no va ser cap fracàs. Investigant i documentant-se “sempre s’aprenen coses”. El tema hi és, allà fora, i Bayer no descarta reprendre’l en un futur. “En qualsevol cas, em sembla bé tenir més idees que projectes realitzats, igual que tenim llibres per llegir a la tauleta de nit”, conclou.

DES DEL COR DEL PERILL

De vegades, pot ser que t’hi juguis la integritat física, que no és poca cosa. També pot passar que la trava sigui econòmica. O una qüestió logística. O una combinació de totes les anteriors, i més. El periodista Xavier Aldekoa, corresponsal de *La Vanguardia* a l’Àfrica, cofundador de la revista de cròniques de llarg alè *5W* i autor, entre altres, del llibre *Océano África* (Península, 2014), té encara “molts temes pendents”

en aquell continent. “Fa temps que vull anar a les muntanyes del sud del Sudan, on el govern sudanès envia avions An-tónov amb bidons de pólvora i els tira directament contra la població, famílies que volen ser del Sudan del Sud i que han acabat vivint en coves”, explica. A banda d’aquesta població perseguida, una altra de les veus del reportatge seria un metge dels Estats Units que opera allà mateix “amb pocs mitjans i molta imaginació”.

El problema d’aquesta zona és un altre. “Hi has d’entrar amb els rebels del sud, que, entre altres coses, han d’empastifar de fang el vehicle per així evitar que els detectin des del cel, i tot plegat té un cost econòmic molt alt”, explica Aldekoa. “Aquests rebels, a més, van

perdent territori i es van movent, i costa mantenir-hi el contacte”, afegeix. Tot i així, ell no ho deixa córrer: “No és que pensi que no el faré mai, sinó que ara mateix la situació és molt complicada. Espero el moment adequat”.

Com la resta de professionals consultats, Aldekoa tampoc ho considera un fracàs. “Moltes vegades, no aconseguir una història és una oportunitat. Un cop, per exemple, vaig arribar al llac Txad perquè volia anar a les illes, on s’amagava Boko Haram i aquell mateix dia, dues nenes del poble del costat es van fer explotar un cinturó bomba. Les autoritats van declarar-ho zona d’emergència i van prohibir l’accés a les illes”, recorda. De sobte, tenia una altra història al davant. “Sobre l’ètnia dels buduma, que vivien a les illes i que



Totes les persones mereixen una oportunitat

Sumant esforços aconseguirem una societat sense exclusió

QUÈ FEM?

La Fundació Ared treballa per aconseguir la integració social i laboral de persones en situació d'exclusió social, principalment dones procedents de centres penitenciaris i de serveis socials.

QUÈ POTS FER TU?

APROPA'T A ARED PER

- Conèixer la nostra tasca
- Fer Voluntariat
- Fer un donatiu

JA ENS SEGUEIXES?

 @fundacioared
 @saltacatering

 @fundacio_ared
 @saltacatering

PER A MÉS INFORMACIÓ:

www.fundacioared.org

A FUNDACIÓ ARED OFERIM:

- Formació
- Acompanyament a la inserció
- Orientació laboral
- Assessorament

**ATENEM A MÉS
DE 1.200
PERSONES L'ANY I
N'ACOMPANYEM A
MÉS DE 450 A LA
INSERCIÓ**

SALTAFundació**Ared**

T. 93 351 38 65 info@fundacioared.org
C. Zamora 103-105 baixos 08018 - Barcelona

no només patien l'atac brutal de Boko Haram, pel qual havien de fugir, sinó que un cop arribaven a la vora del llac els acusaven de col·laborar-hi", explica el corresponçal de *La Vanguardia*.

Aldekoa, que fa deu anys va establir-se a Johannesburg, confessa que el continent africà és "tan immensament gran" que hi ha "mil temes" que encara no ha pogut abordar: "Com està entrant la tecnologia al continent i com hi augmenten els ciberactivistes; visitar un grup de pigmeus, encara nòmades, a la selva; aconseguir entrar a Guinea Equatorial, on ja m'han denegat el visat dues vegades; investigar què se n'ha fet, dels pirates somalis; o temes lligats al gihadisme, en què la possibilitat de ser segrestat ho complica tot".

Ara bé, el tema més impossible continua sent entrar dins l'esfera femenina. "Ser un

home, en aquest ofici, té avantatges per una qüestió de seguretat, relativa, en canvi, no puc accedir al món de les dones, que

"EM SEMBLA BÉ TENIR MÉS IDEES QUE PROJECTES REALITZATS, IGUAL QUE TENIM LLIBRES PER LLEGIR A LA TAULETA DE NIT" Edu Bayer

és molt tancat. I així, coses tan crucials a la vida de qualsevol, també dels africans, com l'amor, el sexe o les relacions d'amistat entre dones, em són vetades", admet.

PACIÈNCIA DE DETECTIUS

"Hi ha reportatges que no surten i no passa res. Si la idea és bona, sempre es pot tornar a intentar. I si no és bona, tampoc és dolent adonar-se'n", reconeix la periodista freelance Noelia Román,

que ha estat redactora pels diaris El País, Público i l'agència alemanya de premsa dpa, col·laboradora de *La Vanguardia* i *Altair Magazine*, i també és autora del llibre biogràfic *Los Gasol* (La esfera de los libros, 2013).

Román, que ha treballat, per tant, des del format del teletip fins a la biografia, passant pels reportatges extensos i les cròniques sobre el terreny (cobrint Jocs Olímpics i Mundials de bàsquet i atletisme), sosté que hi ha temes que demanen "una tremenda inversió de temps i la paciència infinita dels detectius per anar lligant caps". Precisament, aquest fet és el que posteriorment els converteix en matèria, més que d'un sol reportatge, "d'un estudi o, com a mínim, d'una sèrie de reportatges".



Edu Bayer al final no va fer un tema sobre els embarossos subrogats. A la imatge, una parella amb una dona embarassada amb aquest mètode. Foto: Alamy

Aquest estiu, per exemple, va ser a França cobrint el Mundial femení de futbol. I allà va inspirar-se per a un possible tema: les pioneres del futbol a Espanya. “Havia llegit alguna història sobre les primeres dones futbolistes d’Anglaterra i de França, en temps de la Primera Guerra Mundial, i vaig pensar que estaria bé conèixer i explicar com van ser els inicis aquí, si fos possible comptant amb alguna protagonista”, explica.

Vet aquí, però, el primer escull, per una simple qüestió generacional. Hi ha el cas

**"SI LA IDEA ÉS BONA, SEMPRE ES POT
TORNAR A INTENTAR. I, SI NO ÉS BONA,
TAMPOC ÉS DOLENT ADONAR-SE'N"** Noelia Román

excepcional de la longeva Encarnación Hernández Ruiz, pionera del bàsquet espanyol, que, tal com explica Román, “va néixer el 1917, encara viu, i té el cap molt clar”, ara bé, amb el futbol la cosa és més complicada.

Després d’unes setmanes donant-hi voltes i documentant-se, la periodista va to-

par-se amb la realitat: un dels pocs noms que consten d’aquella època és el de la gallega Irene González, nascuda el 1909 i morta prematurament de tuberculosi el 1928. “Em va quedar clar, doncs, que només per aconseguir alguns noms més necessitaria hores i hores d’arxius i, segurament, fins i tot haver de recórrer al de la Federació Espanyola, a Madrid”, afirma.

Va decidir deixar-ho. “Almenys de moment. La inversió en temps i diners era massa alta per a un reportatge que ni tan sols sabia si vendria”, admet. I tampoc va ser cap drama. La biògrafa dels Gasol destaca que durant el procés de documentació previ a posar-se seriosament a treballar un tema

també s’aprenen coses. “Encara que només siguin dades que després ens serviran per enriquir històries que escriurem més endavant”, afirma. Tot suma, vaja.

APRENDRE DELS NO-REPORTATGES

Al llibre *El nuevo Nuevo Periodismo*, de Robert S. Boyton, l’escriptor i periodista

nord-americà Ted Conover confessa que té calaixos plens “de carrerons sense sortida, d’idees que no van arribar mai enlloc”, i que no ho llença tot perquè també considera que són les seves “eines” de treball.

Al mateix llibre, Richard Ben Cramer explica que Joe DiMaggio no va voler parlar amb ell mentre n’escrivia la biografia: “Bé, va parlar amb mi, però senzillament per dir-me que no m’ajudaria. Vam parlar quatre o cinc vegades sobre per què no volia parlar amb mi, cosa que, per si mateixa, ja va ser prou interessant. Vaig aprendre’n molt, d’ell, arran d’aquelles no-converses” explica.

Perdre’s o no arribar enlloc, doncs, també forma part del viatge. **C**

Gràcies als col·laboradors que fan possible la publicació d’aquest número de la revista Capçalera



SOUVENIRS BARCELONA OLMO 



INSTINTS PRIMARIS

Per què preferim les notícies dolentes

TEXT CARMÉ ESCALES
IL·LUSTRACIÓ EDMON DE HARO



En la crítica complexitat del nostre cervell rau, en bona part, l'explicació de per què quioscs i hemeroteques estan plens de portades amb males notícies. Som éssers programats per a la supervivència, i l'atenció més immediata a perills i amenaces ens salva. Però, entre la por i l'esperança, els arguments d'experts en neurobiologia, psicologia i sociologia conviden a qüestionar-nos si ens mans de mitjans i periodistes hi ha el timó per virar cap a una altra lectura del món, dels fets, que no ens ofegui en un discurs únic d'alerta contínua. En honor a la veritat, cal dir que també escriuen les bones notícies, i pel bé de la nostra salut mental.

“Guerra, violència, desastres naturals, corrupció... Les coses van malament i sembla que empitjoren. Els rics es fan més rics i els pobres, més pobres. I el nombre de pobres creix. D'aquí a poc, ens quedarem sense recursos naturals a menys que fem alguna cosa dràstica. Aquesta és la imatge que la majoria d'occidentals rep dels mitjans de comunicació i que té al seu cap”.

Tot això, extracte del llibre *Factfulness. El món va millor del que et penses. Deu raons que fan que no el vegis tal com és* (La Campana, en català, i Deusto, en castellà, 2018), l'autor, Hans Rosling, ho denomina “concepció del món excessivament dramàtica, estressant i enganyosa”. Però –afegeix– “és una concepció molt difícil de canviar perquè té a veure amb com funciona el nostre cervell”.

Matilde Elices, doctora en Psicologia i investigadora postdoctoral a l'Institut Hospital del Mar d'Investigacions Mèdiques (IMIM)-Parc de Salut MAR (PSMar) explica que “el cervell està configurat per estar molt atent a l'amenaça, alerta dels perills com a funció evolutiva. Encara que ara la nostra supervivència ja no depengui d'ell, el sistema s'activa automàticament”, precisa. “En psicologia, –continua– parlem del biaix del cervell que fa velcro amb tot

allò negatiu i tefló amb el que és positiu i fa que les bones notícies ens llisquin i que ens quedem enganxats a les dolentes”.

SUPERVIVÈNCIA I MOTIVACIÓ

El neurobiòleg i periodista científic italià Luca Landò –va dirigir el diari *L'Unità*– treballa a fons el tema. I distingeix entre atenció i motivació. “La primera –diu– té arrels biològicament antigues similars

"EL CERVELL FA QUE LES BONES NOTÍCIES ENS LLISQUIN I QUE ENS QUEDEM ENGANXATS A LES DOLENTES" Matilde Elices, IMIM-PSMar

a les del calamar. La seva supervivència es basa en tres alertes: l'enemic del qual fugir, la presa per capturar i el sexe per a reproduir-se”. A dins del cervell humà, hi roman l'instint de supervivència que ens fa reaccionar al clàxon d'un cotxe. “En canvi, la motivació –afegeix– és un regal de l'evolució cultural, present en espècies més evolucionades com els mamífers”.

Segons Landò, les notícies dolentes, a diferència de les bones, parlen directament als mecanismes més primaris de la nostra atenció. “Entre els vells periodistes es deia que un article, per ser llegit, havia de parlar de sexe, diners i sang (equivalents als interessos del calamar). I els professionals de la comunicació saben que el bé més preuat per a la seva activitat és l'atenció del públic. Per tant, la manera més fàcil i segura d'atreure-la és jugar amb els seus mecanismes menys evolucionats de l'atenció: menjar, enemics i sexe”, afirma. “I és interessant veure com el món polític està utilitzant

els mateixos principis de manera més científica per gestionar-ne la comunicació, exaltant els perills per atraure l'atenció”, afegeix. Però, tal com ell manifesta, “això porta a crear perills on no hi són. Pensem en el fenomen migratori i com ha estat transformat en problema a afrontar i gestionar com a amenaça a combatre i mantenir llunyana”.



Com explica el metge, acadèmic i orador suec Hans Rosling, “ens interessin les xafarderies i relats dramàtics perquè abans eren l’única font de notícies i informació útil, de la mateixa manera que anhelem el sucre i el greix perquè eren fonts d’energia que podien salvar-nos la vida quan el menjar escassejava. Mante-nim molts instints útils des de fa milers d’anys, però ara som en un món molt diferent. El nostre desig de sucre i greix fa que l’obesitat sigui un dels majors problemes de salut del món actual. I els nostres ràpids cervells i desitjos de dra-

TITULAR AMB MALES NOTÍCIES NO ÉS EXCEPCIÓ DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ. TAMBÉ A LA VIDA QUOTIDIANA, SI TOT VA BÉ, NO HO EXPLIQUEM

matisme —instint dramàtic— provoquen malinterpretacions i una concepció del món excessivament dramàtica”. Rosling defensava la necessitat de començar a

explicar del món tot el que va bé. “Hem d’aprendre a controlar la nostra càrrega dramàtica. Si es desboca, ens impedeix veure el món tal com és”, afirma.

EL BIAIX DE CONFIRMACIÓ

En psicologia i ciències cognitives, es coneix com *biaix de confirmació* la tendència a tenir en compte esdeveniments

“LES BONES NOTÍCIES FAN NOSA, DESPERTEN UN ESCEPTICISME GENERALITZAT, TENEN MALA PREMSA” Salvador Cardús

o elements que confirmen les nostres preconcepcions, i provoquen errors en la interpretació del món que ens envolta. Això explicaria la desatenció mediàtica a tot allò que va bé, per la desconfiança que suscita.

Una bona notícia és sovint tractada com a raresa o curiositat. Si parlem d’un petit poble que de cop despunta amb el seu elevat PIB, l’explicació arriba de seguida contextualitzant-la. Ara bé, les misèries no es contextualitzen mai,

per minoritàries que siguin —en xifres globals del món— asseguen el “velcro” amb la concepció generalitzada que el món va malament. “Els estereotips tenen una força terrible. La gent busca confirmar el que ja pensa i les notícies que ho fan són més ben rebudes que les que qüestionen el que pensem”, declara Francesc Núñez, sociòleg i professor d’Humanitats de la UOC. “De vegades, les notícies negatives no atrauen tant per la notícia en si, sinó pels clixés que ens confirmen”, afegeix.

“Les bones notícies ratifiquen que el món és al seu lloc, mentre que les catàstrofes interpel·len més, obren els espais de la imaginació, l’especulació, agiten més emocionalment i més ràpidament que les altres. I les notícies impacten més si es narren més vívides, més impactants, com feia *El Caso*. Són dinàmiques ja apreses, i el periodista se sent incitat a fer-ho així”, considera Núñez.

“El pensament reflexiu de la notícia arriba menys que el dirigit a la imaginació. Les imatges, els mites, són més forts

i tenen una incidència més ràpida en les nostres emocions que les explicacions. I la premsa fa servir les vies més ràpides. El discurs interpel·la la intel·ligència, és un camí d’accés a les persones més difícil, per això la premsa reflexiva és minoritària”, diu el sociòleg.

COM LA VIDA MATEIXA

Però titular amb males notícies no és excepció dels mitjans. També a la vida quotidiana si tot va bé no ho expliquem, no ho destaquem, tampoc les coses que compleats o companys fan bé es comuni-

CONTRA LA RANCÚNIA

Buone Notizie és el suplement setmanal que va crear fa tres anys *Il Corriere della Sera* en mans d'Elisabetta Soglio, i un equip de cinc persones. "Tenim molta necessitat de bones notícies per recuperar la confiança. La por ens tanca, a les persones, ens fa rancunioses i hostils", assegura. Aquest va ser el primer diari a Itàlia que va apostar per informacions del Tercer Sector, com ho fa a Barcelona el suplement *Més Persones*, d'*El Periódico de Catalunya*. *Buone Notizie* compta amb diversos premis, un d'aquests el Natale USCI, que des de fa vint-i-cinc anys atorga la Unió Catòlica de Premsa Italiana a periodistes que comuniquen el bé en la vida diària. Un guardó a les bones notícies que busca "reanimar aquella manera d'entendre la professió que avui està caient en desús, aquell saber recollir cada notícia, també les que no revelen el mal fer o el malestar, sinó també el bé. I encoratjar els companys a no tenir por de donar veu a l'esperança".

quen. Prestem sempre més atenció a allò que irromp en el que seria d'esperar, sigui un conflicte, una desavinença o errades o badades petites o grans. Mentrestant, com els especialistes en comportament humà assenyalen, hem normalitzat el drama amb titulars sustentats en la desgràcia i creiem que res no va bé. Per això Salvador Cardús, economista, professor de Sociologia a la UAB i periodista, amb la seva conferència

un article al diari *Ara*, Cardús assegurava que "les bones notícies fan nosa, desperten un escepticisme generalitzat, tenen mala

premsa i, pràcticament, ningú no en fa cas. Incomoden perquè desmenteixen els nostres prejudicis. Les bones notícies enfonsen els

arguments dels que viuen de fer por amb discursos apocalíptics per després poder adoptar el paper de salvadors del món".

Com diu també Hans Rosling, "els periodistes recorren al drama per captar la nostra atenció. Si informessin d'avions que no s'estavellen o de collites que no es malmeten, perdrien la feina ràpidament. Perquè periodistes, activistes i polítics també són víctimes d'una visió del món dramàtica. Haurien de comprovar i actualitzar la visió del món i desenvolupar formes de pensar basades en la realitat dels fets".

"PERIODISTES, ACTIVISTES I POLÍTICS SÓN VÍCTIMES D'UNA VISIÓ DEL MÓN DRAMÀTICA. HAURIEN D'ACTUALITZAR-LA" Hans Rosling

"Un món ple (també) de bones notícies" emprèn la digna missió de "contribuir a fer canviar la percepció de la realitat, a defensar fets que confirmen que el món va millor. Tenim menys analfabetisme, vivim més que mai i tantíssimes coses bones que no es publiquen. Segons Bloomberg Healthiest Country Index, Espanya és el país més saludable del món, però aquí ningú no ho publica", diu.

Cardús assumeix que és una de les xerrades més difícils que ha fet mai. "He de vèncer l'escepticisme del públic, perquè la notícia bona costa de creure", explica. En

El professor de comunicació de la UOC i especialista en xarxes socials, Ferran Lalueza, ens recorda l'estudi amb què Facebook va demostrar l'efecte de les notícies bones i el de les negatives en l'estat d'ànim dels receptors. "En funció d'on poses el focus generes una actitud o una altra. Per tant, caldria fer una crida als mitjans, com a generadors d'estats d'ànim, a plantejar-se si formen part de la solució o del problema", diu. "Jo estic convençut que si ens arribessin més notícies positives, l'optimisme s'encomanaria. De fet, quan la selecció depèn de la gent, i no d'un mitjà, com en les xarxes socials, les bones notícies circulen més ràpidament que les dolentes. I és evident que sotmesos al bombardeig de notícies negatives ens sentim pitjor. Amb tot, com diu el psicòleg Carlos Baeza: "una cosa és el que ens venen els mitjans, i una altra allò que nosaltres comprem". Ç

LA MIRADA DISCRIMINADA

La manca de dones en el fotoperiodisme implica una visió masculinitzada de l'actualitat

TEXT JORDI ROVIRA

Malgrat que, des de fa força anys, la fotografia també es cosa de dones, la seva presència en el periodisme és encara minoritària. Aquest fet té conseqüències, com una actualitat explicada des d'una visió masculina. I el pitjor de tot és que aquesta manca de dones fotoperiodistes s'explica pel manteniment, encara avui dia, d'una sèrie de prejudicis i actituds masclistes que només perpetuen un desequilibri històric difícil d'explicar.

-De debò viatges sola?

A Maria Contreras Coll, una jove fotògrafa que al començament de la carrera tenia il·lusió per obrir-se camí en aquesta professió, li feien aquesta pregunta sovint. I, constantment, vivia situacions incòmodes pel fet de ser dona i portar una càmera. "Hi ha fotògrafs i editors en posició de poder que, inconscients del que suposen per a tu, et prenen a la lleugera. I això ho saps quan ho veus en perspectiva. Com et prens que un editor et convidi a la seva redacció per oferir-te una feina que, finalment, no existeix? Que t'escrigui pel WhatsApp dient que li encanta la teva foto de perfil? O que et preguntin constantment l'edat i com has aconseguit tal o qual feina", pregunta.

"Sembla que les dones ens hem de justificar incansablement de com hem aconseguit certs reconeixements o feines, com si no en fóssim mereixedores. Com si no poguéssim tirar endavant amb orgull i sense ajuda externa, valentes", es queixa Contreras, que a vint-i-vuit anys ja ha publicat el seu treball en mitjans de comunicació de prestigi com *The New*

York Times, *The Washington Post*, *Der Spiegel* o *Le Figaro*, entre altres capçaleres, i ha exposat a ciutats com Dubai, Londres i Barcelona.

El passat desembre, aquesta fotògrafa va guanyar la primera edició de la beca Joana Biarnés, creada en record a la pionera del fotoperiodisme a Espanya que va morir a final del 2018. Impulsada per la Fundació Photographic SocialVision,

DES DE FA ANYS, NOMÉS UN 15% DELS FOTÒGRAFS
QUE ES PRESENTEN AL PRESTIGIOS CERTAMEN
WORLD PRESS PHOTO SÓN DONES

dotada amb 8.000 euros, dirigida a joves fotoperiodistes –ja siguin homes com dones– en aquesta primera edició més de la meitat (un 56%) dels 63 participants que s'hi van presentar eren dones, tota una excepció en aquest sector. Ho saben bé al prestigiós certamen World Press Photo, on només un 15% dels que s'hi presenten són dones, percentatge que no ha variat al llarg dels darrers anys.

La història de les dones fotògrafes és un camí ple d'obstacles, d'actituds masclistes. Fruit, sobretot, d'una professió que durant molt temps va ser un terreny quasi vedat a les dones. Als anys vint, algunes dones com Dora Maar, Pina Modotti, Ana Mendieta o Diane Arbus es van incorporar a la fotografia, tot i que moltes ho van deixar, per diferents raons, després dels conflictes bèl·lics que van fer tremolar els anys trenta i quaranta. No va ser fins dècades més

tard que les dones van tornar a incorporar-se a aquesta disciplina. A Espanya, concretament, fins als anys setanta, sovint de la mà d'un

feminisme que, a poc a poc, s'obria pas en la societat. Casos com els de Joana Biarnés –que fotografiava des dels anys cinquanta– eren excepcionals. La norma deia una altra cosa.

En el debat "Les dones al visor", que el 10 de desembre va tenir lloc al Centre de la Imatge de Barcelona al Palau de la Virreina, i que estava organitzat pel Sindicat de



Frances Benjamin Johnston està considerada la primera fotoreportera de la història. Foto: Alamy

la Imatge-UIPFC, una de les ponents —la veterana fotògrafa Pilar Aymerich— va relatar com durant el tardofranquisme anava a prendre fotografies a les manifestacions i que quan començaven les càrregues policials amagava la càmera i treia una polvorera per dissimular tot maquillant-se. I la policia passava de llarg perquè no contemplaven que una dona fes fotografies. “I m’ha anat molt bé ser invisible”, va admetre Aymerich.

Tot i que la invisibilitat de les fotògrafes pot haver estat útil en casos com el d’Aymerich, històricament ha portat molts problemes. Moltes no han estat reconegudes pel gran públic i segueixen, malgrat la indubtable qualitat de les obres, arraconades en una cantonada de la història. Començant per la nord-americana Frances Benjamin Johnston (1864-1952), la primera fotoreportera de la història, que durant dècades va desaparèixer dels annals de la fotografia.

I fins i tot les reconegudes, acumulen injustícies històriques. Un exemple recur-

"EN EL FOTOPERIODISME CANÒNIC, S'HA OBSTACULITZAT O S'HA IGNORAT EL TREBALL REALITZAT PER MOLTES DONES" Maria Santoyo

rent és Gerda Taro, autora de fotografies que, encara avui en dia, s’atribueixen al seu company, Robert Capa. I alguns d’aquests prejudicis sembla que es mantenen inalterables en el temps. Una de les ponents del debat a la Virreina, indignada, recordava com un parell d’anys enrere, en una exposició al CCCB, el reconegut fotògraf Martín Parr es referiria a Gerda Taro com “l’amant de Capa”.

L'ORIGEN DEL PROBLEMA

Ara bé, per què només hi ha un 15% de dones? “La resposta és fàcil, però també *manida*: el masclisme imperant, la desigualtat d’oportunitats, el difícil accés de la dona a una professió difícil de conciliar

amb la vida familiar i, tradicionalment, vinculada amb una entelèquia que anomenarem *l’home d’acció*... És el primer que em ve al cap”, explica Maria Santoyo, comissària i especialista en història de la fotografia i anàlisi de la imatge.

Tot i això, Santoyo prefereix posar en dubte aquest percentatge i anar més enllà en l’anàlisi. “El cert és que des de l’origen de la fotografia, existeix una història del mitjà protagonitzada per dones, però és un relat inconclús i difícil de traçar, ja que la tasca de les fotògrafes no ha estat convenientment atesa pel relat normatiu i per un sector professional (historiadors, crítics, editors, gestors, promotors, etc.) dominat per l’home fins fa relativament poc”, explica. “En el fotoperiodisme canònic, —afegeix— s’ha obstaculitzat o s’ha ignorat el treball realitzat per moltes dones”.

Santoyo cita exemples com l’espanyola Sabina Muchart, autora d’una de les primeres fotografies de guerra de la història, perquè el 1893 va retratar un grup de militars en el front de Rostrogordo durant la guerra del Rif.

Un altre exemple és Frances Benjamin Johnston, citada anteriorment, que el 1897 va publicar un article titulat *El que una dona pot fer amb una càmera* per recomanar la seva professió a altres dones. “I la recomanació no devia ser tan exòtica, atès que Kodak va dissenyar el 1900 una campanya especialment orientada a aquesta meitat de la població”, afirma Santoyo. “Però cap d’aquests noms sona massa ni apareixen als manuals de referència”, es queixa.

També, Mireia Puigventós, historiadora de l’art, gestora cultural i docent en matèria de creativitat i teoria fotogràfica, explica que “el fotoperiodisme ha estat molt vinculat al desenvolupament de la premsa il·lustrada. A Espanya, ha existit, des dels anys vint, una important tradició amb una perspectiva periodística. La Guerra Civil

MASCLISME IMPERANT

Els exemples de masclisme en l’àmbit de la fotografia són constants i es repeteixen en el temps. A continuació n’expliquem alguns:

Nikon vol homes

El 13 de setembre del 2017, el fotògraf Jason Vinson criticava des de FStoppers —web d’una comunitat de fotògrafs i videògrafs amb més de vuit-cents mil subscriptors— que Nikon havia quedat en evidència després de seleccionar trenta-dos fotògrafs, exclusivament homes, perquè provessin i promocionessin la nova càmera Nikon D850.

Assetjament a la feina

Només dos dies després d’aquell article, el 15 de setembre, Susan Stripling, una guardonada fotògrafa de bodes nord-americana es queixava del masclisme del sector en una carta oberta a Facebook en què relata episodis lamentables, des de rebre un tracte paternalista fins a nombrosos intents d’assetjament sexual per part de companys de professió i convidats a les bodes. També denunciava que, constantment, li preguntin si té fills i on els ha deixat (qüestió que mai fan al seu marit) o com compatibilitza la feina amb les tasques de casa.

"Vagina amb potes"

Sara Gordon, fotògrafa d’esports que al desembre va participar al debat *Les dones al visor* al Centre de la Imatge de Barcelona al Palau de la Virreina, es va queixar de la manca de respecte cap a la seva feina. Es va referir a “companys de professió, jugadors i afició” que li han donat mostres de masclisme i discriminació. “No et veuen com una fotògrafa, sinó com una ‘vagina amb potes’”, va criticar.



La nord-americana Margaret Bourke-White (1906-1971) quan es dirigia cap a Europa a fotografar la Segona Guerra Mundial. Foto: Alamy

espanyola es coneix com la primera guerra documentada amb càmera de 35 mm. La figura del fotoreporter és significativa i la mirada es posiciona. No es coneixen fotoreporteres espanyoles, però sí que hi

"UNA INFORMACIÓ BASADA EN UNA MIRADA MASCULINA DOMINANT EXCLOU ALTRES REALITATS, ALTRES SENSIBILITATS" Mireia Puigventós

ha fotoreporteres brigadistes o estrangeres com Gerda Taro, Kati Horna, Tina Modotti etc." "Als anys cinquanta i seixanta –prosegueix–, molts dels joves fotògrafs nascuts en el si de les agrupacions i associacions fotogràfiques, van evolucionar i van treballar en el món de la premsa gràfica. Elles no formaven part d'aquesta

xarxa d'agrupacions fotogràfiques. I és una de les raons per les quals les pioneres del fotoperiodisme han de ser reivindicades i visibilitzades. Aquest 15% se deu al fet que, històricament, estaven fora

dels circuits oficials on es legitimava, es promocionava i s'apuntalava la formació fotogràfica. L'evolució de la fotografia a Espanya

ha estat marcada per l'esdevenir de les agrupacions i les dones sempre han desenvolupat l'activitat al marge".

MIRADA CONDICIONADA?

Més enllà de la invisibilitat de moltes fotògrafes, un tema sempre latent en el

debat sobre el gènere i la fotografia és si la mirada d'un home i d'una dona és diferent a l'hora de fotografar. Si la creació, per tant, està condicionada pel gènere?

El 2015, els museus parisencs d'Orsay i l'Orangerie es van associar per organitzar una macroexposició simultània sota el títol "Qui té por de les dones fotògrafes?", en què es mostrava l'obra de 165 autores d'entre 1839 i 1945. La mostra volia exemplificar que la fotografia s'adapta a la sensibilitat femenina millor que qualsevol altre art i argumentava que la mirada de les fotògrafes és més arriscada i compromesa que la dels seus homòlegs masculins.

Amb tot, no tothom ho té tant clar. "No crec que existeixi una fotografia femenina o una fotografia masculina. Estadística-

ment no està comprovat i encara falta més perspectiva històrica. Malgrat això, els contextos polítics socials i culturals condicionen els llocs des d'on es mira. Per aquesta raó existeixen sensibilitats i mirades diferents”, afirma Puigventós.

Marta Dahó, comissària d'exposicions amb una trajectòria marcada per l'interès per les pràctiques fotogràfiques, també apunta en el mateix sentit: “Si és quelcom

HI HA DIVISIÓ ENTRE LES DONES QUE NEGUEN QUE EL GÈNERE CONDIONI LA MIRADA I LES QUE TENEN CLAR QUE UNA DONA FOTOGRAFIA DIFERENT

que ha estat comprovat realment em sorprendria. Quins paràmetres caldria aplicar per deduir-ho no ho sabria dir. Per descomptat, no serien de caràcter tècnic. La duresa de les imatges, doncs? La violència d'alguns temes escollits o les seves composicions? Portar el discurs associant aquests valors a allò femení o masculí és justament la reiteració d'una perspectiva patriarcal que cal anar transformant”.

Santoyo també descarta una mirada pròpia marcada pel gènere. “En un món en què les dones fotografien diferent, els negres ballen millor... Hi ha debats culturals que convé superar. Ironies a part, no crec en l'existència d'una mirada específicament femenina (ni masculina, ni llatina, ni homosexual, ni europea...). La fotografia és, en essència, diversa. Una altra cosa és que un decideixi fer de la seva condició sexual, social o política un element determinant a l'hora d'emetre imatges”, argumenta.

En canvi, en el debat de la Virreina, la majoria de les ponents apuntaven en el sentit contrari. Tot i que Noelia Pérez –fotògrafa, doctora en Història Contemporània i Gènere, investigadora i documentalista freelance– també remarcava tots aquests condicionats que apunta Santoyo, sí que creu que les dones fotografien diferent. “El gènere és molt important, però en si mateix no és suficient. Hi ha múltiples categories com la raça, la classe social, etcètera”, va afirmar.

Les altres ponents també tenien força clar que les dones fotografien diferent. “Sempre he pensat que fotografiava amb ulls de dona. Crec que el gènere influeix en com enquadrem, en com veiem la realitat i en quin moment tries aquesta realitat”, assegurava Pilar Aymerich. “La nostra mirada afecta la nostra creació i les nostres fotografies són diferents de les dels homes. La nostra mirada va més enllà de la d'un home”, afegia Sara Gordon, fotògrafa d'esports. “En general, –assegurava Cèlia Atset, fotògrafa de l'ARA– les dones tenim menys ego que els homes i aquest fet d'invisibilitzar–nos ens permet mirar des d'una percepció diferent i fotografiar diferent”. L'única veu una mica discordant va ser la de la periodista i fotògrafa Wayra Ficapal. “Tots portem la nostra motxilla i això influeix en la nostra mirada”, va admetre, ara bé, creia que en el moment de disparar, en el moment màxim d'inspiració fotogràfica, era igual des de quin gènere s'estigui fotografiant.

INFORMACIÓ MASCULINITZADA

La majoria de persones que surten a les notícies són homes. Un fet que s'explica, precisament, perquè la majoria de les persones que fan les fotos també són homes. I és que hi ha, per exemple, molt poques dones que treballin per a agències de notícies i que cobreixin conflictes internacionals. I això, segons diferents experts, provoca que l'opinió pública tingui una visió masculinitzada del món. Però què implica això? “Una irrealitat”, respon categòricament Santoyo. “Una informació basada en una mirada masculina dominant està exclouent altres realitats, mirades i sensibilitats”, afegeix Mireia Puigventós.

“És una pregunta –respon Dahó– sobre la qual moltes artistes i moltes teòriques no han deixat de preguntar-se molt activament en els darrers cinquanta anys. Penso en treballs molt diversos com, només a tall d'exemple, les fotografies de Pilar Aymerich als anys setanta al voltant de les lluites feministes de les quals ella mateixa formava part, el projecte de l'artista Mart-



Joana Biarnés, pionera del fotoperiodisme a Espanya, va lluitar contra els prejudicis. Foto: Imma Cortés

EL MAGO POP

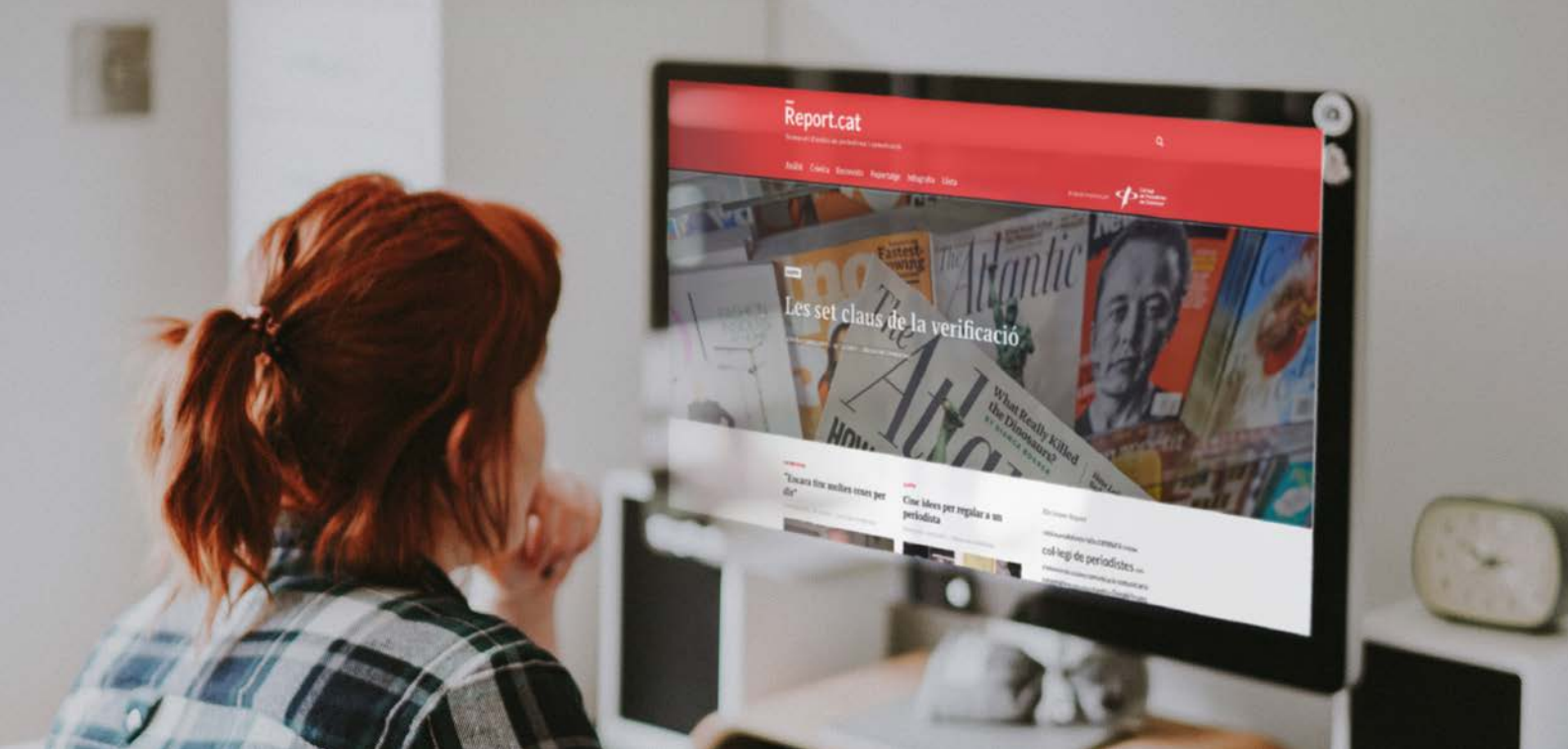
ANTONIO DÍAZ

NADA ES IMPOSIBLE



TEATRE VICTÒRIA
ELMAGOPOP.COM





Report.cat

El setmanari del Col·legi
de Periodistes de Catalunya

Vols participar-hi?

Si ets precol·legiat o acabes de llicenciar-te, aquesta és la teva plataforma per a fer pràctiques i donar-te a conèixer. Vine i ajuda'ns a convertir-lo en un mitjà de referència del periodisme i la comunicació.

Gràcies a les beques Ferrer Eguizábal,
tots els articles publicats són remunerats.

I els millors del trimestre s'acaben publicant
en aquesta mateixa revista, Capçalera!

Organitza:



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·labora:



fundació
Ferrer Eguizábal



La fotògrafa Maria Contreras Coll durant un dels seus viatges. Foto cedida per l'autora

ha Rosler, *Bringing the war home* (1967–1972) o molts assaigs de la filòsofa Judith Butler, que també ha tocat la qüestió de la fotografia, com *Frames of War* (2009), en què parlava, entre altres qüestions, del que implicava que la càmera també pogués ser un instrument de tortura a partir de les tristament cèlebres fotos fetes a Abu Ghraib. Un aspecte que l'artista i teòrica Ariella Azoulay també ha treballat molt a fons”. I fins a quin punt la societat és

"SOM UN 50% DE LA POBLACIÓ. HAURÍEM D'EXPLICAR UN 50% DE LES HISTÒRIES"

Daniella Zalcman, *Women Photograph*

conscient d'aquesta mirada masculinitzada de la informació? “Sembla que a poc a poc comença a despertar en aquest sentit, encara que no sé si aquesta presa de consciència s'acompanya d'una veritable reflexió i reformulació, més enllà del fet cosmètic”, assegura Santoyo.

I com solucionar aquest desequilibri? El 2018, en un article (*Fotògrafas en conflicto: la otra mitad del mundo*) de Paula Ericsson publicat a *El Salto*, Daniella Zalcman, fotoperiodista i fundadora de *Women Photograph* –plataforma que potencia la veu de les fotògrafes i que compta amb una base de dades amb més de 950 fotògrafes documentals independents de cent països– assegurava que cal compensar aquesta mirada masculinitzada. “I malgrat que no hi ha res de dolent en aquesta mirada masculinitzada, necessita ser equilibrada també amb la femenina. Som un 50% de la població. Hauríem d'explicar un 50% de les històries”, afirmava Zalcman.

I, si hi hagués més fotògrafes, això implicaria que a les notícies i les històries que s'expliquessin als mitjans també apareixerien més dones o això no és tan simple?

“Som responsables del que veiem –afirma Puigventós. Estic segura que amb més dones en el fotoperiodisme, aquestes tindrien més en compte la visibilitat de la dona en els mitjans. La paritat en l'exercici del fotoperiodisme, donaria lloc a una paritat en la representació d'identitats”.

“És una pregunta difícil de respondre en poques línies. Com sabem hi ha dones que defensen valors tradicionalment associats al masclisme o profundament racistes” admet Dahó. “De totes maneres, –afegeix– si partim d'un repartiment més igualitari en termes de possibilitats professionals, respondria que sí, molt probablement, perquè és des d'aquesta diversitat d'opinions que poden entendre millor la necessitat de visibilitzar punts de vista que tendeixen a romandre exclosos”.

Tot i això, Dahó no creu que només amb més dones fotoperiodistes s'aconsegueixi solucionar la desproporció i la mirada masculinitzada. “Si el sistema que regeix els mitjans i de la imatge informativa en general està basat en uns valors essencialment patriarcals, la selecció que es faci del material visual i l'articulació dels discursos que l'acompanyen també estarà condicionat per aquest filtre en la seva gestió de la informació que es desitja posar de manifest. El sistema filtra un cert tipus d'imatges i n'exclou altres”, assegura.

Cal fer molta feina, tot i que poc a poc s'està guanyant terreny cap a la normalització d'aquesta disfunció professional. “És clar que fins fa poc, el fotoperiodisme era cosa d'homes blancs”, afirma Maria Contreras. “Els últims segles –afegeix– hem representat la realitat d'una manera molt específica, i tinc la sensació, que ara ve quelcom nou en què les dones tindrem més cabuda. La majoria d'estructures antigues estan rovellades i dominades per egos que mai van entendre que una dona també pot disparar a realitats importants i fer-ho sola”. “Necessitem mirar cap a problemàtiques que fins ara no s'havien representat i fer-ho d'una manera innovadora”, conclou. Ç

Dossier
Les altres veus



LA VEU DELS DISCAPACITATS

La lluita per la visibilització
d'un col·lectiu que té molt a dir

Tenen moltes coses a dir, però els periodistes només ens hi apropem per preguntar-los sobre la seva discapacitat, com si no estiguessin capacitats també per parlar de política, d'esports o d'economia, per posar-ne només alguns exemples. Com a professionals de la informació estem oberts a les seves demandes, encara que sovint les notícies sobre ells, que no acostumen a anar gaire grans, amaguen la mateixa condescendència que els brinda la resta de la gent. I això només alimenta l'estigma.

La conclusió és, doncs, que la seva veu escara no s'escolta amb la força suficient.



TEXT **JORDI BENAVENTE**

Qualsevol que treballi amb persones amb discapacitat intel·lectual sap que “es controla cadascun dels aspectes de la seva vida” i que “no se’ls permet parlar, ni tan sols a través de l’art”, afirmava l’escriptora Cristina Morales (Granada, 1985), entrevistada al diari *ARA* arran de la publicació de la seva novel·la *Lectura fácil* (Anagrama, 2018), trencadora per la forma i pel fons, i protagonitzada per quatre dones discapacitades que tampoc no es mosseguen la llengua. Tots estem “oprimits per un sistema de dominació, però això arriba al màxim en institucions de tutela de persones amb discapacitat”, afegia Morales. Ara bé, és així realment (almenys pel que fa als mitjans de comunicació)? No se sent, la veu de les persones amb discapacitat? I en cas que la sentim, l’escoltem?

“Cada vegada tenim més veu, si bé encara hi ha allò que el pare o la mare o el tutor volen contestar per tu”, respon Martín Flores, que té una paràlisi cerebral d’un 70% i que, des de 2014, treballa com a redactor a la secció d’Esports de La Xarxa,

ELS DISCAPACITATS INTEL·LECTUALS TENEN OPINIÓ SOBRE QUALSEVOL TEMA, PERÒ NOMÉS SE’LS CRIDA PER PARLAR DE DISCAPACITAT

de la Maternitat de Barcelona, on fa prèviament de partits d’equips locals i cròniques d’esport adaptat. Va estar-hi becat sis mesos i després el van contractar: 35 hores setmanals i més de mil euros al mes. Flores diu que no té cap queixa de la feina, però que “al carrer encara hi ha qui pensa que no arribaràs enlloc, perquè tens una paràlisi cerebral o alguna altra discapacitat”.

I com se supera aquest estigma? “Per començar els diria que ningú no és perfecte, que tots tenim capacitats i discapacitats”, afirma. I, mediàticament, en quin punt diries que som, pel que fa a la visibilització? “No som gaire visibles. Només quan hi ha Jocs Paralímpics o Special Olympics o algun altre acte gros. I ens tracten cada vegada millor, tot i així encara hi ha molta gent que diu “pobrets” o “quina gràcia”, i que no volen veure que som persones com tothom, amb drets i obligacions”, assegura.

"ÉS PARLA DELS COL·LECTIUS AMB DISCAPACITAT, SI BÉ SENSE DONAR VEU DIRECTAMENT A LES PERSONES" Míriam Crivillés, Fundació Aspronis

CAL UN LLIBRE D'ESTIL

Segons el periodista Francesc Ponsa, tècnic de Comunicació a la Fundació Catalana Síndrome de Down, cada cop hi ha més consciència de la necessitat d’una representació mediàtica de la discapacitat intel·lectual que no estigmatitzi. En aquest sentit, a través d’Èxit21, la mateixa Fundació

ha creat un llibre d’estil –“un document viu que va creixent”– amb recomanacions per als mitjans. Consells obvis però encara necessaris com desterrar paraules tan despectives com *subnormal* o *invàlid*; aclariments com ara que s’està malalt quan es té la grip, però que la discapacitat no és cap malaltia sinó una condició; i la recomanació d’evitar generalitzacions i

estigmes, la condescendència i l’infantilisme. “Persones normals som tots”, diuen al vídeo que acompanya el llibre d’estil. “Tots”, insisteixen. “Tots, o ningú”.

Èxit21 és un mitjà digital escrit, creat el 2011, dins la Fundació, que forma persones amb discapacitat intel·lectual perquè facin sentir la seva veu. Tot a base de pràctica i treball en equip: escriuen a casa, i després, al consell de redacció dels dilluns, discuteixen i afinen els articles entre tots, ajudats per Ponsa. Martín Flores

en formava part, hi feia articles d’opinió sobre el Barça i el Madrid i entrevistes, fins que li va sorgir l’oportunitat a La Xarxa. Ponsa diu que incorporar persones

amb discapacitat intel·lectual als mitjans de comunicació permet que aquestes persones “ofereixin el seu punt de vista”, que per això el lema d’Èxit21 és “La mirada que et falta”. “Si ens creiem el paradigma de la inclusió, aquesta és una visió més de la societat que no hem de bandejar”.

UN TERTULIÀ MÉS

Qui signa aquesta peça va assistir un dilluns d’octubre al consell de redacció d’Èxit21 i la principal demanda sentida va ser que les persones amb discapacitat intel·lectual volen ser “un tertulià més”. Només que s’entengui això, ja quedarà clar el punt on ens trobem; i d’això va l’article. Les persones amb discapacitat intel·lectual tenen opinió sobre qualsevol tema imaginable i volen poder expressar-la davant de càmera, d’un micròfon o



Martín Flores, amb una paràlisi cerebral d'un 70%, rodejat dels seus companys de la secció d'Esports de La Xarxa. Foto: José Luis Gómez Galarzo

per escrit. Se'ls crida per parlar de discapacitat. "I això està bé", diuen, ara bé també els agradaria opinar d'altres coses.

Segons la periodista Míriam Crivillés, cap de Comunicació de la Fundació Aspronis (Creu Sant Jordi 2019), que treballa amb persones amb discapacitat intel·lectual i del desenvolupament, "en general, es parla dels col·lectius amb discapacitat, però sense donar veu directament a les persones". Cal escoltar-les, que siguin elles mateixes les que es defineixin, recalca Crivillés, que alhora constata la predisposició dels periodistes a atendre les demandes d'entitats com la seva a nivell informatiu, encara que també detecta un cert "desconeixement de la discapacitat i de com comunicar-la". Aplaudeix, per tant, iniciatives com la del llibre d'estil de la Fundació Catalana

Síndrome de Down, i d'altres que s'estan coent, que ajudaran a filar més prim.

"EL QUE ENS CONDICIONA ÉS L'ENTORN, I EL QUE ENS CAL SÓN ELS MITJANS PER PODER-NOS DESENVOLUPAR" Jordi Riu, Èxit21

L'Ajuntament de Barcelona té al web la *Guia de comunicació inclusiva per construir un món més igualitari*, que es va presentar al Col·legi el 25 d'octubre. Perquè és important "tenir present la manera com les persones volem ser anomenades i escoltar-nos", diuen; i perquè la societat és diversa. "I reflectir aquesta diversitat en el llenguatge ens ajuda a construir un món més just i igualitari", assegura Crivillés. Aquesta guia també dona consells de

llenguatge inclusiu contra el racisme i els prejudicis ètnics i culturals; temes de gènere i del col·lectiu LGBTI; comunicació no verbal, i salut mental.

Crivillés denuncia que encara s'abusa d'estereotips com la simpatia, la bondat i l'alegria: les persones amb discapacitat intel·lectual "són persones com tothom, amb virtuts i defectes, cal defugir la imatge angelical. I és aquí on les entitats hem de fer un gran esforç, perquè informativament es tracti les persones sense etiquetes". La tècnica insisteix en la necessitat de difondre el missatge que "són persones amb els mateixos drets que tothom. Cal potenciar-ne tant les

capacitats com les necessitats de suport. I cal donar-los l'oportunitat de fer sentir les seves reclamacions, donant-los l'altaveu”.

MÉS VEU, MENYS SOBREPROTECCIÓ

Creus que sortiu prou, als mitjans? “No”, respon Pili Álvarez, treballadora amb discapacitat intel·lectual del Centre Especial de Treball de la Fundació Aspronis. “No veig gairebé mai notícies sobre nosaltres. I si sortim quan fem una manifestació, aquí a Catalunya, sortim només a tv3”, afirma. Us tracten com a persones de ple dret, als mitjans de comunicació? “Sí”. I se us hi dona prou veu? “No. No gaire”, conclou Álvarez.

Si els donéssim més veu, se'ls sentiria, i s'entendria millor la seva condició. Se'ls sentiria amb la claredat que gasta Andy Trias al seu llibre *Ignorant la SD. Memòries i reflexions* (FCSD, 2018). Nascut el 1972 amb síndrome de Down, Trias no només forma part de la redacció d'Èxit21, sinó que treballa a la Fundació “La Caixa” i presideix l'Assemblea dels Drets Humans de la Fundació Catalana Síndrome de Down. Assegura que voldria que el llibre “ajudés a obrir els ulls” a les famílies perquè “ja no

LES NOTÍCIES SOBRE DISCAPACITAT SOLEN SER BREUS O D'EXTENSIÓ MITJANA I ANAR A LES PÀGINES AMB MENYS VISIBILITAT

tinguin por” quan se'ls diu que les persones com ell també s'han d'independitzar; que servís perquè “les empreses apostin per la nostra integració social i laboral”, i que fos “un estímul” per a altres persones amb discapacitat intel·lectual o Síndrome de Down.

“El que ens condiciona és l'entorn, i el que ens cal són els mitjans per poder-nos desenvolupar”, diu Jordi Riu, un altre membre amb discapacitat intel·lectual de la redacció d'Èxit21, on van posar-li l'àlies de *Jordipèdia* per la quantitat de dades interessants amb què farceix els articles.



A LES PÀGINES PARELLS

Laia Serra, Maria del Mar Diaz, Sílvia Riu, Mavi Carrasco i Marta Corcoy signen l'*Anàlisi del tractament informatiu de les persones amb discapacitat als mitjans*, de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC). Una de les conclusions és que les peces que tracten el tema són “majoritàriament breus o d'extensió mitjana” i solen anar en “pàgines parells, amb menys visibilitat”. Que no obren les pàgines de Societat, vaja. També diuen que s'abusa massa de les “històries de vida i de superació”; emfasitzen la necessitat de “diferenciar la persona de la barrera”, i recomanen oferir més informació sobre “la situació de l'accessibilitat” i “les polítiques públiques relacionades”, així com de “la superació dels veritables problemes que afecten les persones amb discapacitat com a ciutadania de ple dret: les barreres arquitectòniques, l'accés al treball i a l'habitatge, l'atenció sanitària, la promoció d'un entorn accessible, etc.”. Finalment, denuncien les “poques fonts provinents de persones amb discapacitat, ja sigui com a font principal de la informació (16%) o com a testimoni (21%)”.

“A vegades el problema són unes escales i la solució és tan senzilla com posar-hi una rampa. O un senyal acústic als semàfors, en el cas de les persones cegues”, explica.

El tècnic de la Fundació Catalana Síndrome de Down, Edgar Prat recorda que la mateixa ONU parla de persones “amb”

discapacitat i que estableix unes mesures d'accessibilitat per a cada tipus de discapacitat. “Però no tot és posar una rampa, nosaltres

necessitem ajudes específiques per a la discapacitat intel·lectual”, argumenta. També adverteix de l'existència a l'Estat espanyol “del gran lobby de ‘allò especial’: el negoci de les escoles especials, els centres de treball especials, etcètera”, i això que “la Convenció dels Drets de les Persones amb Discapacitat de l'ONU diu que totes les escoles i les empreses han de ser inclusives”. Amb tot, massa sovint, aclareix Prat, “qui està afectat no és la persona, sinó l'entorn i, encara que sigui de bona fe, s'acaba sobreprotegint i es manté la condició d'especials, amb tots els prejudicis”.

LA PLURALITAT NECESSÀRIA

La discapacitat intel·lectual no és l'única discapacitat. També hi ha la discapacitat física, la sensorial (visual o auditiva), la de la parla i la derivada de trastorns mentals. I per motius evidents d'espai, aquest article no podia incloure-les totes. Tot i això, si féssim una llista global, la primera demanda seria donar-los més veu. Perquè expliquin la seva condició i, sobretot, perquè opinin de qualsevol altre tema: el seu punt de vista és indispensable per a la pluralitat que busquem com a societat.

Acostar el micròfon a les persones sobre les quals informem, vaja. Tan senzill com això. Ç

Dossier
Les altres veus



APROVATS I SUSPENSOS

Com tractar les temàtiques LGBTI
als mitjans de comunicació

La informació dels mitjans de comunicació sobre gais, lesbianes, bisexuals, transgènere i intersexuals –el que es coneix com LGBTI– ha avançat molt en els darrers anys, tot i així, encara hi ha un munt d'assignatures pendents. Els estigmes, els clixés i els estereotips segueixen estant a l'ordre del dia en les notícies al voltant d'aquest col·lectiu. Les recomanacions i les guies dirigides a periodistes marquen una pauta a seguir, però la realitat encara arrossega un munt de prejudicis i un desconeixement sobre les persones que tenen una sexualitat diferent a la majoria.



TEXT MARGA DURÁ

Comencem per les bones notícies: els mitjans de comunicació hem millorat en l'última dècada en el tractament de les temàtiques LGBTI (sigles dels termes Lesbiana, Gai, Bisexual, Transgènere i Intersexual). Però no podem abaixar la guàrdia, ja que encara tenim assignatures pendents d'aprovar. La precisió en l'ús del llenguatge, la representació d'aquests col·lectius en notícies que no estiguin vinculades únicament a conflictes i la necessitat de parlar amb aquestes persones en comptes de simplement parlar-ne són les premisses bàsiques per poder millorar nota.

“Un gran poder comporta una gran responsabilitat”. La frivolitat d'utilitzar una frase de Spiderman té com a objectiu recordar i reivindicar la importància del periodisme. Aquesta responsabilitat aug-

EN ELS ÚLTIMS ANYS, LA SOCIETAT HA AVANÇAT EN TRACTAR LA DIVERSITAT SEXUAL. I EL PERIODISME HA CONTRIBUÏT A AQUEST CANVI

menta a l'hora d'apropar-se a qualsevol col·lectiu susceptible de ser vulnerable (i que massa vegades ha estat vulnerat). Tal com destaca Beatriz Herrero-Jiménez, doctora en Comunicació per la Universitat Complutense de Madrid, “els mitjans de comunicació no es poden entendre com miralls de la realitat. No són instruments neutrals, sinó aparells de construcció de l'imaginari col·lectiu”.

En aquest sentit, Lluïsa Jiménez, responsable de l'àrea per a la Igualtat de tracte i no-discriminació de persones LGBTI del

Departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat de Catalunya, assegura que “si els mitjans són capaços de mostrar la diversitat com una oportunitat i com un enriquiment per a la societat, les persones i les vivències diverses seran reconegudes per la societat com un valor positiu”.

UNA MICA D'HISTÒRIA

En els últims quaranta anys, la societat ha avançat en el tractament de la diversitat sexual. I el periodisme ha contribuït a aquest canvi, tot i que també ha comès alguns errors pel camí. Per saber on ens trobem, cal recordar tres moments claus, en els quals els temes LGBTI van aparèixer en l'agenda dels mitjans.

“En l'àmbit internacional, la crisi de la sida en els 80 va empènyer algunes organitzacions LGBTI a exigir als mitjans un adequat

tractament informatiu de la malaltia, que estigmatitzava part del col·lectiu”, il·lustra Adolfo Carratalá, doctor en Co-

LES PERSONES TRANS SÓN EL TALÓ D'AQUIL·LES DELS MITJANS, TOT I QUE DARRERAMENT HI HA HAGUT UNA MILLORA EN EL TRACTAMENT

municació per la Universitat de València i expert en la representació mediàtica de minories socials. En aquell moment, reconeguem-ho, ni la societat ni els mitjans de

comunicació no estaven prou madurs per abordar la qüestió sense caure en clixés que, en alguns casos, hem arrossegat fins als nostres dies.

L'altre punt d'inflexió, tal com assenyala Joaquim Roqueta, president de Gais Positius i de la plataforma LGTBicat, arriba el 2005, “amb l'aprovació del matrimoni igualitari deixem de ser ciutadans de segona per a estar en el sistema: podem casar-nos, formar famílies i els mitjans parlen de nosaltres”.

Els col·lectius LGBTI demanen més representació, si bé algunes de les notícies demostren que no és tan desitjable “que parlin de tu encara que sigui malament”. I els mateixos mitjans entenen que han de ser escrupolosos en el tracte a aquesta comunitat.

Amb tot, no és fins ben entrat el 2017, quan apareixen guies dirigides als periodistes. La Federació Estatal de Lesbianes, Gais, Transsexuals i Bisexuals (FELGTB) i la Federació de Serveis a la Ciutadania de Comissions Obreres (FSC-CCOO) en redacta una.

D'altra banda, a Catalunya, el departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat, el Consell de l'Audiovisual de

Catalunya (CAC) i el Col·legi de Periodistes presenten les Recomanacions sobre el tractament de les persones lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals

als mitjans audiovisuals. D'acord, ara ja comptem amb brúixoles per arribar a fer un cobriment acurat dels temes LGBTI, però en quin punt som?

ERRORS QUE FAN MAL

Els col·lectius entrevistats alerten que les persones “trans” són el taló d'Aquilles dels mitjans de comunicació, tot i que darrerament hi ha hagut una millora en el tractament. “Probablement, es deu a l'entrada dels menors en situació de transsexualitat a l'agenda mediàtica, ja que quan hi ha menors, els mitjans prioritzen la protecció de la infància enfront del sensacionalisme amb què es tendeix a associar la transsexualitat”, suggereix Rubén Olveira, periodista, sexòleg i investigador en comunicació.

ES DONA PER FET QUE DOS HOMES O DUES DONES AGAFADES DE LA MÀ SÓN HOMOSEXUALS. NO ES TÉ EN COMPTE QUE PODEN SER BISEXUALS

Un dels errors que més mal fa a aquest col·lectiu és l'ús incorrecte del gènere. Si la seva identitat de gènere és d'home o de dona, és així com s'hauria de reflectir, fent servir el nom escollit i el masculí o el femení depenent de cada cas.

Tampoc no s'hauria de posar el focus d'atenció en el fet que es tracti d'una persona trans, sobretot en els titulars. “No s'hauria de titular ‘Dona transsexual assassinada’. La notícia hauria de ser el delictes i no la identitat de gènere de la víctima, perquè d'aquesta manera es desplaça l'atenció. El fet que fos una persona trans s'hauria de desenvolupar en el cos de la notícia”, assegura Mané Fernández, vicepresident de la FELGTB.

El cas de la intersexualitat és encara més complex. “Hi ha un desconeixement molt gran, no només en els mitjans, sinó també en el mateix col·lectiu LGBTI, perquè hi conviuen moltíssims tipus. Em va cridar l'atenció un estudi que afirmava

que hi ha tantes persones intersexuals com pèl·roigs. Tots coneixem un pèl·roig, per tant, segurament també hem conegut un intersexual encara que no ho sapiguem. I la raó és que és un tema molt silenciado, del qual sabem poc, i també s'ha de tenir en compte que algunes persones no es volen visibilitzar com a intersexuals”, apunta Roqueta.

A L'OMBRA DEL MASCLISME

“El col·lectiu de lesbianes pateix una doble invisibilització: per ser dona i per l'orientació sexual. Per això, en molts casos, la seva lluita va de la mà de les reivindicacions feministes”, explica Mané Fernández.

La invisibilitat també s'acarnissa amb els bisexuals, que s'assimilen a gais o lesbianes. “En una foto en la qual es vegin dos homes o dues dones agafades de la mà, el peu de

foto sol donar per fet que són una parella homosexual. No es té en compte que un o els dos poden ser bisexuals”, assenyala Fernández. A més, aquest col·lectiu també arrossega estereotips. “Es creu que són promiscus o viciosos, que els va tot”, assegura Roqueta.

Els gais sembla que són els que millor parats surten, però el pèndol s'ha situat en el costat oposat, igualment allunyat de la realitat. “Es ven l'estereotip que som guapos, rics, portem roba de marca i lluïm abdominals. Ara bé, hi ha moltes persones que no se senten representades”, argumenta Roqueta.

Tanmateix, aquest activista explica que, de vegades, treure a la llum que un personatge públic és gai “s'utilitza de manera malintencionada per ridiculitzar-ne les idees, que res tenen a veure amb l'orientació sexual. En aquest sentit, s'han pogut veure articles referits a Santi Vila o Marcel Mauri”.

EL QUE NO S'HURIA DE DIR

Algunes expressions s'han convertit en clíexs que estigmatitzen el col·lectiu. Aquestes en són algunes:

Grups de risc: “Són les pràctiques i no les persones les que suposen un risc”, matisa Fernández.

Matrimoni gai: “És un matrimoni igualitari, que no només inclou gais, sinó tots els col·lectius LGBTI”, adverteix Roqueta.

Festa de l'Orgull Gai: O la cavalcada o parlar només de la part festiva. “Hi ha una part lúdica, però s'ha de dir que es tracta d'una manifestació, en la qual recordem perquè és aquest dia i reivindicuem el que falta per aconseguir”, diu Fernández.

Operació de canvi de sexe: “Es continua donant a entendre que la identitat sexual no només és canviant al llarg de la vida, sinó que el seu origen està entre les cames en comptes d'entre les orelles”, il·lustra Olveira.

La pastilla de la sida (o PrEP): “No s'hauria de parlar, a hores d'ara de sida, sinó de VIH. I tampoc és una pastilla, és una estratègia preventiva”, puntualitza Roqueta.

Els transsexuals: “És un terme que sembla indicar que estan en transició. És molt més adequat utilitzar *persones trans*, terme amb el qual aquest col·lectiu se sent més identificat”, recomana Roqueta.



Les reivindicacions del col·lectiu LGBTI ja fa uns anys que tenen visibilitat. A la imatge, un moment del dia de l'orgull gai a Madrid, l'any 2014. Foto: Adolfo Lujan

CONTRA L'ESTIGMA

El periodisme s'ha acostat al col·lectiu LGBTI quan ha estat notícia i, lamentablement, sempre tenien a veure amb un conflicte. Incloure aquests col·lectius en un altre tipus d'informació és la millor manera de dur a terme un periodisme inclusiu. "Si el tractament se centra sempre a informar dels problemes i les amenaces que tenen, la societat entén que

"L'APROXIMACIÓ MEDIÀTICA HA MILLORAT, PERÒ SOVINT ESTÀ DETERMINADA PER UN ENQUADRAMENT ESPECTACULAR I ESTEREOTIPAT" Adolfo Carratalá, UV

ser del col·lectiu és un problema o un risc i se'ls estigmatitza. És important informar, també, de les bones pràctiques, de les vivències positives, dels èxits de la diversitat identitària, perquè la societat interpretarà que ser del col·lectiu no és per definició un problema", recomana Jiménez.

Carratalá assenyala un altre punt important. "Tradicionalment, —afirma— l'error més comú ha estat parlar de les persones LGBTI sense parlar amb elles, i construir-ne la representació a partir de veus de l'àmbit mèdic, religiós i fins i tot policíac que han afavorit mirades estigmatitzadores. L'aproximació mediàtica ha millorat, si bé ha quedat sovint determinada per un enquadrament espectacular i estereotipat que ha continuat representant les persones LGBTI com 'l'altre' enfront de l'heterosexual normatiu".

Deslliurar-nos d'aquesta mirada "exòtica" que ressalta "la diferència de l'altre" davant "la normalitat de l'un", seria l'objectiu final del periodisme i de la societat. Assolir aquesta fita suposaria que ja no caldrien guies específiques per al tractament del col·lectiu LGBTI perquè ens trobaríem en

una societat que hauria assimilat la diversitat com a pròpia. Arribarà aquest dia? "N'estic convençuda! Hem avançat molt com a societat i esperem que aquest camí no es vegi tallat per ideologies extremes", adverteix Jiménez. Fernández també confia en el futur. "Crec que arribarà el dia en què ni tan sols caldrà parlar de nosaltres en els mitjans, ja que formarem part de la societat. Soc optimista, tot i que no sé si jo arribaré a veure-ho", admet. Ç

Més informació a:

www.cac.cat/sites/default/files/2018-02/Recomanacions_LGBTI_CA.pdf › Recomanacions sobre el tractament de les persones lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals als mitjans audiovisuals (Col·legi de Periodistes, CAC, Departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat)

Dossier
Les altres veus



ATRAPATS, EN EL CLIXÉ

Els mitjans projecten una imatge
estereotipada i esbiaixada del poble gitano

Delinqüents, traficants, ganduls, masclistes... Des de fa segles, el poble gitano ha estat víctima d'una percepció negativa basada en estereotips i prejudicis que es tradueix en rebuig social. I els mitjans de comunicació han contribuït a projectar aquesta imatge estigmatitzada. Tanmateix, diverses organitzacions gitanes s'han mobilitzat per combatre la discriminació. Tot i l'esforç, encara queda molta feina per fer. Com va dir Albert Einstein, "és més fàcil desintegrar un àtom que un prejudici".



TEXT FRANCESC PONSÀ

Al novembre, el futbolista bètic Joaquín es va disculpar públicament davant d'un jugador rival del qui havia dit que era molt dolent d'aquesta manera: "Si jo soc el primer que té menys perill de cara a gol que un gitano sense cosins". Els principals diaris esportius van recollir les declaracions del jugador andalús, i fins i tot algun va titllar la disculpa de "genial". Més enllà de l'ocurrència, la frase està construïda a partir d'un estereotip. De fet, el llenguatge popular n'està ple: "Resulta feridor que s'utilitzi el terme *gitano* com a sinònim de *lladre* o *trampós*, i que alguns pares diguin als seus fills que van fets uns *gitanos* per dir-los que van bruts", afirma Jordi Serrat, professor de la Universitat de Vic i membre de la Xarxa Antidiscriminària Gitana.

Aquestes expressions populars són fruit d'una imatge social negativa de la comunitat gitana que ve de lluny i que

AL VOLTANT D'UN 30% DELS CASOS DE DISCRIMINACIÓ QUE AFECTEN ELS GITANOS FAN REFERÈNCIA ALS MITJANS I A INTERNET

es tradueix en una actitud de rebuig. "Malauradament, quan algun col·lectiu o comunitat ocupa una situació inferior o subordinada acostuma a haver-hi un discurs que legitima aquesta posició. Molts d'aquests estereotips són un reflex d'aquesta situació menys privilegiada", explica Iolanda Tortajada, professora de la Universitat Rovira i Virgili i vicepresidenta de la Mesa per a la Diversitat Audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). En aquest sentit, el baròmetre del Centre d'Investigacions

Sociològiques (CIS) de l'any 2005 és molt significatiu: a un de cada quatre espanyols no els agradaria que els seus fills anessin a classe amb gitanos i a més d'un 40% els molestaria molt tenir veïns gitanos.

Aquest marc mental negatiu actua com a fre per a la incorporació real i efectiva de les persones gitanes a la societat. Els mitjans de comunicació han contribuït molt a perpetuar aquest clixé estereotipat. Des del 2003, la Fundación Secretariado

Gitano reporta en el seu informe *Discriminación y comunidad gitana* casos de discriminació que afecten persones d'ètnia gitana. Del total de

casos comptabilitzats, al voltant d'un 30% fan referència als mitjans de comunicació i Internet.

DELINQUENTS I ARTISTES

Per a Sebastian Porras, periodista i membre de la Fundació Pere Closa per a la formació i la promoció dels gitanos a Catalunya, la imatge del poble gitano que promouen els mitjans té una doble cara: "La cara fosca diu que els gitanos som bruts, violents, perilloso, delinqüents,

traficants de droga, masclistes etc. I la més amable i folklòrica diu que som alegres, que cantem i ballem molt... Aquest estereotip es basa en una generalització molt injusta, perquè evidentment no tots els gitanos som iguals".

En les últimes dècades s'han produït molts avenços gràcies a la posada en marxa de polítiques públiques d'inserció i no discriminació de la comunitat gitana. En l'àmbit informatiu, existeixen diverses guies (algunes han comptat amb la participació del Col·legi de Periodistes, com la que va realitzar el CAC juntament amb la Federació Nacional d'Associacions de Dones Gitanes Kamira) que contenen recomanacions dirigides als mitjans de comunicació per informar de manera respectuosa sobre les persones d'ètnia gitana. Malgrat reconèixer aquestes millores, la comunitat gitana considera que encara

s'està lluny d'assolir una societat sense prejudicis ni discriminacions.

Des de l'any 1996, la Unió Romaní publica l'informe *¿Periodistas contra el racismo?* amb l'objectiu d'acabar l'estigmatització mediàtica del poble gitano. En el darrer estudi (2018), van analitzar 2.385 peces de 370 mitjans que contenien informacions sobre els gitanos. D'aquestes, un 18,70% van obtenir una valoració negativa perquè utilitzaven termes pejoratius que fomentaven la discriminació. En aquest context, els principals errors que cometen els mitjans sobre els gitanos són la tendència al sensacionalisme, l'ús incorrecte del llenguatge, el foment dels estereotips i l'elecció arbitrària de les imatges.

Segons Iolanda Tortajada, els mitjans de comunicació, en conjunt, no informen adequadament sobre el poble gitano. "Si mirem programes més *mainstream*, aquests estigmatitzen de manera molt crua. Usen

generalitzacions i emmascaren amb el que diuen que és humor aquesta estereotipació tan forta", afirma. Programes específics sobre la comunitat gitana com *Los Gypsy Kings* o *Palabra de Gitano* (ambdós de Cuatro) despertaren grans crítiques entre les associacions gitanes perquè

EL DARRER INFORME DE LA UNIÓ ROMANÍ MOSTRA COM QUASI UNA CINQUENA PART DE LES NOTÍCIES SOBRE GITANOS CONTENIEN TERMES PEJORATIUS

reproduïen estereotips i retroalimenten el racisme i la discriminació.

Segons Jordi Serrat, la premsa de successos té "una certa tendència a parlar de la comunitat gitana a partir de tòpics com els clans i la delinqüència relacionada amb la venda ambulants". "En aquest tipus d'informacions i en d'altres, —afegeix— és molt important donar veu a fonts d'informació

gitanes per tal que el relat periodístic no distorsioni la realitat del poble gitano ni ometi el punt de vista dels afectats".

Certament, incorporar la comunitat gitana com a font d'informació és una manera de normalitzar-ne la presència

els mitjans. El problema és que els gitanos rarament apareixen com a font d'informació. Segons l'informe *¿Periodistas contra el racismo?*,

durant el 2018, només es van consultar fonts gitanes en un 33,50% dels casos. Un altre aspecte, és el biaix que es pot produir a l'hora de seleccionar una font informativa gitana. "De vegades, hi ha mitjans de comunicació que van a buscar al gitano més *friki* que hi pugui haver. És clar que és gitano, però en la selecció d'aquesta persona ja està demostrant quina és la teva línia editorial", explica Porras.



La Cerimònia del Riu -el 8 d'abril a Sant Adrià del Besòs- és un dels actes centrals del Dia Internacional del Poble Gitano. Foto: Unió Romaní / Maria Roda Moruno

EL GITANO POSITIU

Davant la necessitat de frenar el bombardeig negatiu sobre el poble gitano en els mitjans de comunicació i les xarxes socials, la plataforma Khetane va crear el programa Rromani Pativ (dignitat gitana) per superar la situació de discriminació i ostracisme a partir de l'activisme a Internet. La Xarxa Antidiscriminatòria Gitana agrupa organitzacions gitanes i progitanes, mitjans de comunicació, periodistes, advocats, blocaires i activistes a títol individual compromeses en la lluita contra el racisme antigitano.

Aquesta xarxa orienta i facilita informació a qualsevol mitjà sobre la manera més adequada de tractar la informació i la imatge del poble gitano. A més, detecta i denuncia les manifestacions d'odi antigitano que apareixen en els mitjans de comunicació i a Internet. En aquest sentit, les xarxes socials han esdevingut un canal molt intens d'odi i discriminació. “Les denúncies en les mateixes plataformes de xarxes socials no són efectives i, per

PROGRAMES COM LOS GIPSY KINGS O PALABRA DE GITANO REPRODUEIXEN ESTEREOTIPS, MENTRE QUE EL FORASTER VA AJUDAR A TRENCAR-LOS

contra, tanquen o penalitzen comptes per un nu artístic”, afirma Celia Montoya, actriu, activista gitana i coordinadora del programa Rromani Pativ.

Una altra pota de la Xarxa Antidiscriminatòria Gitana la formen els *Aliats amb paraula*, un grup de professionals de la comunicació i de mitjans que s'han sumat a les premisses de defensa de la dignitat del poble gitano. “Estar en contacte i crear sinèrgies amb els mateixos professionals de la informació va crear un efecte bola de neu en la sensibilització i coneixement del antigitanisme”, conclou Montoya. I això és important perquè per potenciar una representació adequada del poble gitano cal que els mitjans difonguin notícies i continguts des d'un punt de vista positiu.

Per aquest motiu, és bàsic fer una bona tria de les imatges que transmetin una visió de la comunitat gitana en convivència (habitatges en alçada, lloc de treball, escola, etc.) i prescindir de les distorsionadores (barraques, drogues, violència, menors d'edat al carrer, etc.).

"SE'LS HA DE DONAR VEU PERQUÈ SÓN MOLT INVISIBLES I NO HAN TINGUT GAIRE OPORTUNITATS D'EXPLICAR-SE" Iolanda Tortajada, URV

Un bon exemple d'aquesta visió positiva és el programa *El Foraster* de Quim Masferrer sobre el barri de La Mina, un reportatge emès el 17 de gener de 2018 a TV3, que va tenir una mitjana de 522.000 telespectadors i que va ser reconegut amb un premi per part de la Federació d'Associacions Gitanes de Catalunya. “Els periodistes catalans ens hem de fixar en bons exemples com aquest especial, per acostar-nos a la realitat del poble gitano sense prejudicis negatius”, assenyala Ser-

rat. També, Tortajada considera que s'ha de “deixar d'instrumentalitzar la comunitat gitana i de veure-la com un objecte amb el qual es pot fer

negoci (des del punt de vista mediàtic); i sobretot donar-los veu, ja que són invisibles i no han tingut gaire oportunitats d'explicar-se”.

D'acord amb aquesta idea, Celia Montoya creu que “s'ha d'exigir un programa sobre els gitanos fet per gitanos a la televisió pública”. El periodista Sebastian

Porras també coincideix amb aquest plantejament. “Per què no hi ha un programa a Televisió de Catalunya o TVE que expliqui la història del poble gitano? Aquesta seria una manera que es conegui la nostra història i que es difongui amb rigor científic”, afirma. De moment,

a falta d'aquests programes, la comunitat gitana veu absorbida com la seva representació social i mediàtica es construeix a través de

docushows com *Palabra de gitano* (“viuen entre nosaltres des de fa segles”, resava la seva promoció). I això els condemna a viure atrapats en el clixé. **C**

Més informació a:

<https://unionromani.org> › Web d'Unión Romani

https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-11/Recomanacions_comunitat_gitana_CA.pdf › Guia Re-

comanacions sobre el tractament de la comunitat gitana als mitjans de comunicació (CAC, Federació Nacional de Asociaciones de Mujeres Gitanas- Kamira, 2018)



CONTRA LES MENTIDES

La irrupció de Verificat i la consolidació de Maldito Bulo i Newtral constaten la necessitat de projectes independents per contrastar l'excés d'informació a Internet

TEXT SUSANA PÉREZ

IL·LUSTRACIÓ IDOIA VALLVERDÚ

La tendència mundial de verificar sistemàticament dades i fets objectivables segueix a l'alça. Fa uns mesos va sorgir Verificat, el primer verificador de Catalunya. A Espanya, fa alguns anys que funcionen Maldito Bulo i Newtral i, internacionalment, hi ha més de 66 projectes en gairebé 40 països que tenen l'aval de la Fact-Checking Network, una iniciativa líder impulsada pel Poynter Institute. La distribució i el consum de notícies en línia, l'excés d'informació i la desconfiança en els mitjans tradicionals expliquen l'eclosió de plataformes independents i en línia que treballen per vigilar el poder.

“Irene Montero es reuneix amb Otegi i Tardà a Suïssa”. “S'imprimeixen paperetes errònies a Lleó per invalidar Vox”. “Torra es declara en vaga de fam per donar suport als presos”. Tots tres són titulars falsos que van aparèixer durant el passat cicle electoral en què en poc temps hi va haver eleccions generals, municipals i europees.

Decidir si una informació és certa o falsa és un procés que els ciutadans han de fer desenes de vegades al dia, cosa que neguiteja un 68% dels usuaris, segons mostren les dades del Digital News Report de 2019, elaborat pel Reuters Institute.

L'excés d'informació arran de la irrupció d'Internet ha comportat major pluralitat informativa, però també desinformació i infoxicació. Durant la darrera campanya electoral dels Estats Units, l'any 2016,

entre el mes d'agost i la nit electoral, es van comptabilitzar 217 mentides: 79% de Trump i 21% de Clinton, segons un estudi d'Univision Noticias, que va comptar

AL MÓN JA EXISTEIXEN 66 PROJECTES EN GAIREBÉ 40 PAÏSOS QUE COMPTEN AMB L'AVAL DE LA FACT-CHECKING NETWORK

amb la participació de cinc plataformes de verificació (Politifact, *Factcheck.org*, *Washington Post*, *The New York Times* i Detector de Mentiras).

Les eleccions dels Estats Units van marcar un punt d'inflexió quant a la desinformació i la consolidació d'aquestes plataformes, que tenen l'origen en el món anglosaxó al voltant del 2003 amb l'aparició de *Factcheck.org*, i la seva con-

solidació cap al 2009, quan Politifact va rebre un Pulitzer per la cobertura de la campanya electoral de 2008. La victòria de Trump inaugura l'era de la *postveritat* en

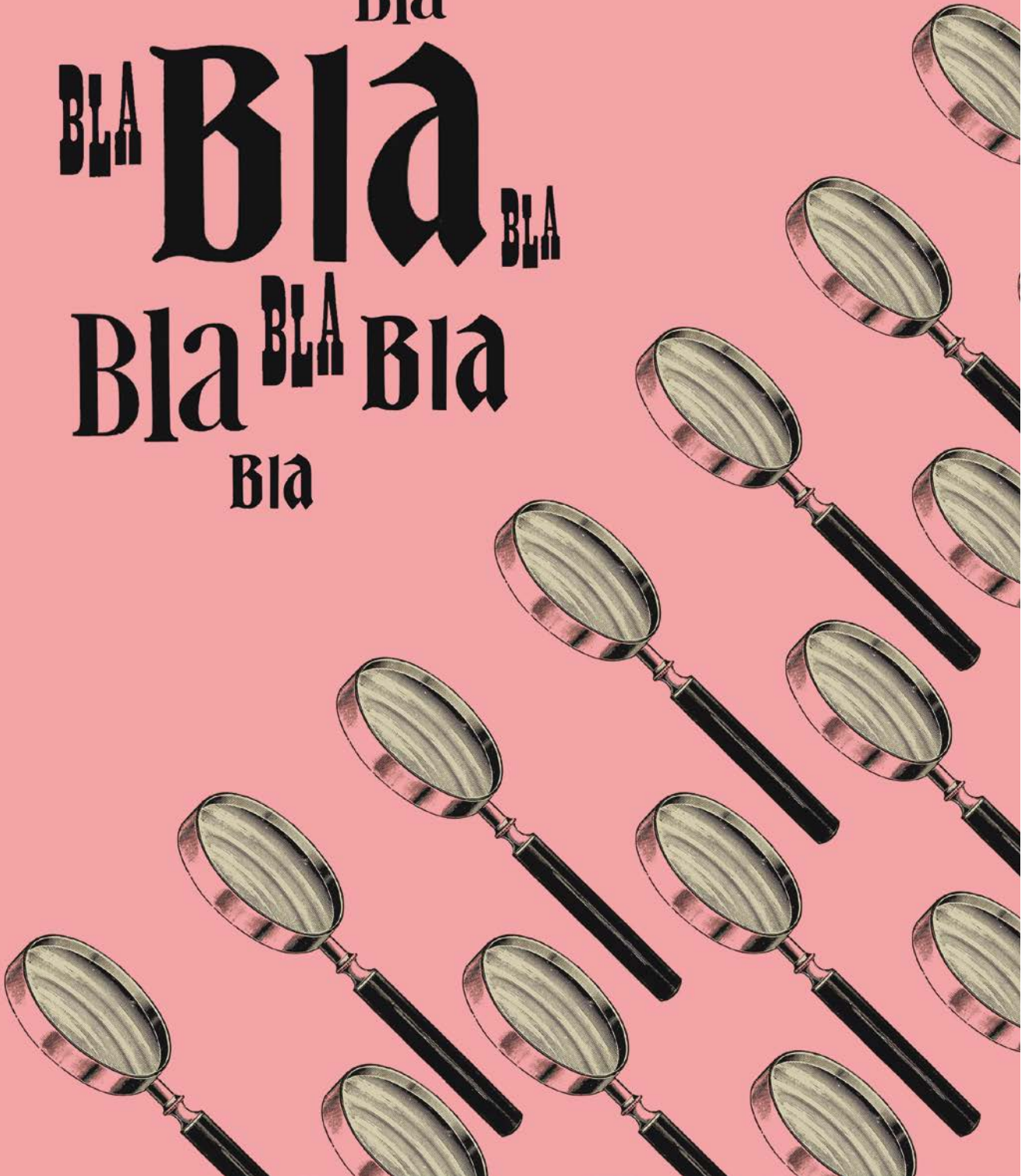
què els fets ja no són esdeveniments reals, sinó alternatius. El diccionari d'Oxford defineix la *postveritat* com a “aquelles circumstàncies en

què els fets objectius influeixen menys en la formació de l'opinió pública que les crides a l'emoció i les creences personals”.

POSTVERITAT I VERIFICADORS

Les eleccions nord-americanes de 2016, així com altres processos electorals, com el Brexit i el referèndum a Catalunya de l'1 d'octubre de 2017, van alertar els periodistes catalans i espanyols durant el

Bla
BLA **Bla** **BLA**
Bla **BLA** Bla
Bla



passat cicle electoral. Com a conseqüència, el passat 2 d'abril, es va llançar Verificat, la primera plataforma de verificació de Catalunya, amb l'objectiu d'analitzar la campanya electoral de les municipals a Barcelona. "Vam veure que a Catalunya no existia cap organisme independent que

és l'única plataforma que avui dia forma part de la Fact-Checking Network, una iniciativa líder en verificació impulsada pel Poynter Institute.

Ara mateix, tenen quatre projectes en aquest sentit. "Un comparador de programes polítics, un servei de verificació a través de Whatsapp, la verificació de compareixences —com ara les sessions de control de l'Exe-

cutiu o determinades rodes de premsa— en temps real a Twitter i una base de dades en obert per consultar els seus públics dels polítics", enumera Marilín Gonzalo, coordinadora de l'àrea digital de Newtral. El procés de verificació d'aquesta plataforma passa per consultar i contrastar fonts d'informació oficials de caràcter públic de manera transparent.

També els periodistes Clara Jiménez Cruz i Julio Montes, cofundadors de Maldita

"LA COL·LABORACIÓ CIUTADANA ÉS L'ANCORATGE DEL PROJECTE DES DEL PRIMER DIA"

JULIO MONTES, MALDITO BULO

Hemeroteca el 2014, lideren l'equip de disset periodistes que treballen en l'actualitat a Maldito Bulo, l'altra plataforma capdavantera en verificació. Maldito Bulo és una eina contra la informació falsa que corre per Internet no només en l'àmbit polític sinó també social. Contrasten continguts en sectors sensibles a la rumo-

rologia, com ara ciència, immigració, feminisme... "La paraula clau per a nosaltres és *comunitat*. La col·laboració ciutadana és l'ancoratge del projecte des del primer dia", explica Montes.

DIFERENTS FINANÇAMENTS

Les plataformes de *fact-checking* acostumen a operar en l'entorn digital, origen de la desinformació. El contingut a analitzar prové de dues vies. D'una banda, els ciutadans contacten amb els verificadors a través de WhatsApp o les xarxes socials quan troben alguna informació sospitosa. De l'altra, les plataformes analitzen discursos polítics que apareixen en els mitjans i els contrasten per iniciativa pròpia, com ha estat el cas dels debats televisius entre els candidats durant les últimes eleccions.

En el cas d'una dada en un discurs polític, es recorre a l'hemeroteca o es consulten diferents fonts per trobar el context. Un cop fet aquest procés, la informació es categoritza en funció de si és verdadera, falsa, enganyosa (quan és verdader, però amb alguna objecció) o no comprovable.

Respecte al finançament, Newtral és

la productora d'Ana Pastor i té forma de societat limitada, mentre que Verificat i Maldito Bulo són associacions sense ànim de lucre. Les vies de finançament de Maldito Bulo són des dels cursos de formació i d'alfabetització mediàtica que imparteixen fins a les col·laboracions habituals en mitjans de comunicació, un conveni per lluitar contra la desinformació impulsat per Facebook, un ajut de l'European Society Center i una campanya recent de micromecenatge. També Verificat es troba en procés de definir les vies d'ingressos, si bé de moment compten amb un ajut de l'Open Society Foundation. Cap d'aquests dos projectes té beneficis.

Més enllà d'aquestes plataformes de *fact-checking*, independents dels mitjans de

AQUESTES PLATAFORMES VAN VIURE EL PUNT D'INFLEXIÓ EL 2016 AMB ELS COMICIS ON DONALD TRUMP VA DERROTAR A HILLARY CLINTON

estigués fent verificacions en un context susceptible a la creació de notícies falses, amb el procés independentista i l'atemptat gihadista de l'agost del 2017", explica la periodista Eli Vivas, una de les impulsores del projecte. Verificat, que compta amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya, està format per un equip de sis persones.

El periodisme de verificació de dades va arribar a Espanya, el juny de 2013, de la mà d'un grup de periodistes del programa *El Objetivo* (La Sexta), dirigit i conduït per la periodista Ana Pastor. Les principals plataformes independents de verificació, Newtral i Maldito Bulo, surten d'aquesta primerenca experiència.

Newtral és la productora que Pastor va crear, el 2018, amb un doble objectiu: produir programes de televisió i noves narratives a les xarxes socials, i innovar en periodisme a través del *fact-checking*. Actualment hi treballen setanta persones, catorze de les quals es dediquen exclusivament a la verificació. Newtral, de fet,

WHATSAPPS CONTRA LA DESINFORMACIÓ

Els ciutadans poden contactar amb els verificadors a través de WhatsApp quan detectin alguna informació sospitosa. Aquests són els seus telèfons:

Verificat: 666 38 26 94

Newtral: 682 58 96 64

Maldito Bulo: 655 19 85 38

comunicació i fortament vinculades a la col·laboració ciutadana, el gener de 2019, apareixia Comprobado, una iniciativa impulsada per Maldito Bulo i First Draft News que aplega un total de setze redaccions espanyoles. El projecte s'integra en la xarxa CrossCheck de First Draft i Google News Lab, que ha impulsat iniciatives similars en altres països.

L'ESPERANÇA DEL PERIODISME?

Els mitjans de comunicació tradicionals també han engegat unitats de verificació dins de les redaccions. L'any 2017, primer any de mandat de Donald Trump, *The New York Times* llançava Fact-Checking, un espai per escrutar l'activitat política dels EUA. El principal competidor, el *Washington Post*, compta també amb un projecte de verificació Fact-Checker. A Espanya, durant les darreres eleccions, mitjans com *La Vanguardia* i *El País* van anunciar la creació dels respectius departaments de verificació de dades.

La percepció dels mitjans respecte d'aquesta pràctica s'ha invertit en els darrers tres anys. Com a mostra, una declaració: "Nosaltres no tenim res així, sinó que cada periodista ha de verificar les dades". La va pronunciar el periodista d'*El País*, Jesús Duva, en un article (*Fact checking: ¿la esperanza del periodismo?*), publicat a *CTXT*, el 2016. I és que no és el fet de contrastar

ALGUNS EXPERTS NO ENTENEN PER QUÈ ALGUNS MITJANS CREEN DEPARTAMENTS DE VERIFICACIÓ. ÉS QUE NO CONTRASTEN LES INFORMACIONS?

la informació llançada per polítics i empreses la principal funció del periodisme?

"Les plataformes de verificació independents són poc conegudes pel públic general i poc usades, mentre que les unitats de verificació dintre dels mitjans comporten certa confusió entre la ciutadania. La verificació dels fets és un dels atributs bàsics del periodisme i se suposa

que tot el que es publica es contrasta. No és un servei plus, és un servei bàsic. Si no, què fa el mitjà? Quin missatge es llança amb la creació d'aquests departaments?", es pregunta Pablo Capilla, professor de Periodisme de la facultat de Comunicació Blanquerna-URL.

Les dificultats econòmiques per les quals travessen els mitjans i la desconfiança dels ciutadans envers les capçaleres tradicionals expliquen l'eclosió d'aquests projectes. "Els periodistes cada vegada tenen més feina —el paper, el digital, les xarxes socials...— i menys recursos. Les plantilles i els sous s'escurcen. Els processos de producció ja no són tan acurats i el més important són les notícies amb més audiència. Hem de recuperar els processos de verificació", argumenta Eli Vivas, des de Verificat.

En aquest sentit, Raúl Magallón, professor de Periodisme de la Universidad Carlos III de Madrid i autor del llibre *Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*, afegeix que "cal integrar la comunitat, i això és el que fan la majoria d'aquests projectes: construir una comunitat d'usuaris implicada en la verificació i distribució d'informació. Omplen un dèficit dels mitjans de comunicació tradicionals".

I les dades mostren que aquestes plataformes són un fenomen que no para de créixer. En l'actualitat, ja hi ha 66 projectes en gairebé 40 països que compten amb l'aval de la Fact-Checking Network, una



iniciativa impulsada pel prestigiós Poynter Institute. Entre els reptes d'aquests projectes, hi ha aconseguir un major impacte entre el gran públic, consolidar el model de negoci i superar el biaix de confirmació que condueix les persones a consumir la informació que recolza sobre les pròpies creences. "Hi ha gent a qui no aconseguirem convèncer mai", afegeix amb resignació Montes. "Davant d'això, necessitem més alfabetització mediàtica", conclou. ¶

Més informació a:

"*Verificación digital para periodistas*", Myriam Redondo (UOC, 2018)

"*Unfaking News. Cómo combatir la desinformación*", Raúl Magallón (Prisma, 2019)



UNA ANOMALIA EN TEMPS DE FRANCO

En plena dictadura, l'Escola de Periodisme del CIC
va ser un espai d'obertura als valors democràtics

TEXT JORDI PACHECO



Estudiants de la promoció Régis Debray. (D'esquerra a dreta): Carmen Martorell, Nelly Daurella, Albert Xandri, Pere Casas, Roque Bacarreza, Carlos Pérez de Rozas, Josep Maria Servià Figa, Maria Rosa Mora, Miguel F. Ruiz de Villalobos, Antonio Franco, José Luis Riva, Soledad Balaguer, Josep Moya Angeler, Josep Maria Casasús, Carlos Rovira, Carlos Fanlo, Isabel Ulsamer, Ramon Barnils i Josep Maria Sòria.

Abans d'assolir rang universitari l'any 1971, a Espanya els estudis de Periodisme eren impartits a les denominades *Escoles de Periodisme*. No perquè es tractés d'una disciplina menor, sinó perquè l'ensenyament i la recerca en l'àmbit de la informació estaven sotmesos al control del règim franquista a través del Ministerio de Información y Turismo, del qual depenien les Escoles. En el context català, però, hi va haver una excepció, l'Escola de periodisme de l'Església de Barcelona, coneguda com l'Escola del CIC, un reducte de llibertat per on va passar la flor i nata del periodisme català.

El 22 d'abril de 1993, l'escriptor Josep Maria Espinàs va entrevistar a Maria Rosa Farré Escofet al programa *Personal i intransferible*, de TV3, amb motiu de la seva jubilació com a directora general del CIC (Centre d'Influència Catòlica), una de les institucions culturals més importants i actives del país. La conversa feia un repàs a la intensa vida de Farré, una dona dedicada, en paraules d'Espinàs, “a estimular el progrés en el món cultural, religiós, social i professional de les noies, i després dels joves”.

Creada a mitjan segle xx, la Institució Cultural del CIC va ser un projecte pedagògic amb idees avançades que va adquirir caràcter institucional a mesura que va suscitar interès i adhesió per part d'algunes de les personalitats més rellevants del país. Entitat pionera en la formació de professionals d'àmbits tan diversos com la secretaria, el disseny o l'educació a la infància, entre 1964 i 1974, al CIC també es van formar un bon grapat de periodistes. Va ser una etapa que Espinàs no volia pas obviar durant l'entrevista. “De l'Escola de Periodisme, me'n sento molt orgullosa —va dir Farré amb un somriure de satisfacció— perquè va ser única. I, actualment, veig que als diaris hi ha directors i firmes de periodistes de primera fila que es van formar amb nosaltres”.

UNA DÈCADA CONVULSA

Durant els anys 1960, el món vivia sacsejat per colpidors esdeveniments com la Guerra del Vietnam, els episodis més dramàtics de la Guerra Freda o els assassinats de Martin Luther King i John F. Kennedy. Paral·lelament, moviments socials com el dels *hippies*

a EEUU o el Maig francès mostraven el desig de trencar les normes socials que havien regit fins aleshores.

L'ESCOLA DE PERIODISME DE L'ESGLÉSIA, QUE VA FUNCIONAR ENTRE 1964 I 1974, VA FORMAR UN NOMBRE IMPORTANT DE PERIODISTES

A Espanya, aquells anys són recordats com els de l'obertura econòmica del règim de Franco, que va portar canvis socials i l'inici d'un procés de modernització després de diverses dècades de foscor. Ara bé, mentre el franquisme maldava per transmetre una sensació de pau —recordin la campanya *25 años de paz*— i modernitat, cada cop més sectors de la societat clamaven per l'arribada de canvis polítics, justícia social i la fi de la dictadura. Fou en aquell context que es va obrir a Barcelona l'Escola del CIC.

OMPLIR UN BUIT

Gràcies al Concordat de 1953 signat entre el règim i el Vaticà, l'Església gaudia del privilegi de poder crear les seves pròpies Escoles, que d'alguna manera complementaven les ja existents Escoles Oficials. A Madrid i a València, ja hi havia les respectives Escoles de Periodisme de l'Església des de l'any 1960; la de Barcelona, annexionada a la de Madrid, va arribar en un moment en què a Catalunya no hi havia cap altre centre on estudiar Periodisme.



Els estudiants Isabel Ulsamer, Ana Comas, Rosa Massagué, Maria Rosa Mora, Maria Eugenia Ibañez i Jaume Fabre durant la celebració, l'any 1966, d'una festa crítica contra el referèndum de la Ley Orgánica i la promulgació de la Llei Fraga, reguladora de la premsa. Foto cedida per Antonio Franco.

El Concili Vaticà II va ser el principal detonant de la creació de l'Escola del CIC. Un dels documents sorgits d'aquell esdeveniment, el decret sobre els mitjans de comunicació socials, instava l'Església diocesana a multiplicar el nombre d'escoles, facultats i instituts per a la formació de professionals de la comunicació.

L'obertura de l'Escola va tenir lloc el novembre de 1964, onze mesos després del decret. Joan Alemany, que en seria el director, va assumir les gestions per posar en marxa el projecte, ajudat, entre altres, per periodistes com Manuel Vigil o Santiago Nadal. El CIC va acollir l'Escola en el seu modern i recentment estrenat edifici a Via Augusta i va fer seu el projecte, ampliant l'àrea acadèmica de la institució.

ESPAI DE LLIBERTAT

“En aquell temps, es vivia una gran efervescència antifranquista, sobretot en l'àmbit universitari”, assegura la periodista Rosa Massagué qui, l'any 1966, va començar paral·lelament els estudis de Periodisme a l'Escola del CIC i els de Filosofia a la Universitat de Barcelona. “El Maig francès ens va donar més ales

per oposar-nos al Règim malgrat la seva agressivitat. Vam prendre consciència que ens començàvem a fer grans en un context que era molt engrescador per a nosaltres”, recorda. “Voliem ser lliures —prosegueix— i d'alguna manera ho estàvem sent, ja que l'Escola del CIC era una mena de reducte on es podia exercir la llibertat. Hi teníem un sindicat democràtic amb el qual molts estàvem implicats i sentíem que estàvem fent coses importants de cara al futur”.

EL CENTRE VA SORGIR EN PLENA OBERTURA ECONÒMICA DEL RÈGIM I MENTRE CADA COP MÉS GENT CLAMAVA PER LA FI DE LA DICTADURA

Poder tractar acadèmicament tot tipus de temes, incloent-hi l'actualitat espanyola del moment i els moviments socials en marxa, va ser un factor clau en la formació d'aquells estudiants. Així ho reconeix Antonio Franco, que va entrar a l'escola com a alumne l'any 1965. “Teníem una assignatura anomenada Món Actual, coordinada per Josep Maria Bricall, que era un veritable calaix de sastre d'informació i anàlisi de la situació nacional i internacional,

de la situació econòmica i les seves claus, del moment i els matisos de l'enfrontament marxisme-capitalisme, que ens obligava a pensar i a estar pendents de la premsa internacional del moment, de manera que quedàvem automàticament situats fora de la bombolla nyonya de la castrada vida informativa espanyola”, remarca.

Amb gent com Josep Pernaú, Manuel Ibáñez Escofet, Manuel Vázquez Montalban i Wifredo Espina en el professorat, els estudiants van aprendre què era el periodisme, la funció que havia de tenir, la tècnica informativa, la deontologia professional i la manera ideal de fer els diaris. “També hi havia assignatures de formació general complementàries — Teoria Econòmica, Sociologia, Dret Aplicat — ben pensades i explicades per professors molt competents que suposaven una gran oportunitat formativa per als qui les volien aprofitar”, completa Franco.

"L'ESCOLA DEL CIC ERA UNA MENA DE REDUCTE ON ES PODIA EXERCIR LA LLIBERTAT" Rosa Massagué

Aquella manera de fer era contrària al que es feia a l'Escola Oficial de Periodisme i a l'Escola de l'Església de Madrid. Franco ho resumeix amb una idea: “Jo vaig entendre de seguida que aquella escola era el resultat d'una àmplia conspiració per aconseguir que, quan morís el Caudillo, Catalunya tingués periodistes preparats per a la regeneració dels mitjans i el subministrament d'informació democràtica fiable als lectors”, conclou qui va ser un dels fundadors d'*El Periódico*.

UN APRENTATGE AVANÇAT

La formació a l'Escola del CIC havia de ser integral. No podia ser de cap altra manera, tenint en compte que com a estudiants hi havia una generació amb intenses ganes d'aprendre. “Era una fam de coneixement pròpia de la joventut —argumenta Massagué— i, al mateix temps, d'estar vivint sota un règim que no et deixava llegir els llibres o mirar les pel·lícules que volies”.

Al marge de periodisme, al CIC els estudiants van aprendre que hi havia un món diferent al que mostrava la dictadura. “Era un tipus d'ensenyament que no tenia res a veure amb els estudis que

es fan avui. A més, hi havia una cosa que ara també s'ha perdut: la proximitat amb el professor”, apunta Massagué.

Antonio Franco també destaca que el professorat estava format sobretot per periodistes que no es premen les classes com una feina, sinó com una missió temporal: la de transmetre l'esperit professional democràtic que molts d'ells no havien pogut

ENTRE EL PROFESSORAT HI HAVIA GENT COM SANTIAGO NADAL, MANUEL IBÁÑEZ ESCOFET, JOSEP PERNAU O MANUEL VÁZQUEZ MONTALBAN

exercir en els diaris sota el control del règim franquista. “Un exemple d'això va ser Santiago Nadal, cap d'Internacional de *La Vanguardia*, monàrquic, conservador, però avergonyit de la confraternització temporal anys enrere amb el Règim. Donava amb tant entusiasme les classes d'Història que al final hi dedicava molt temps extra; corregia a mà, un a un, amb profunditat i redactant moltes notes al marge, tots els treballs dels alumnes, als quals rebia de vegades a la nit per aclarir coses a la seva taula de treball de *La Vanguardia*”, detalla Franco. “Estava molt clar —continua— el desig de Nadal que nosaltres poguéssim formar-nos i informar com els periodistes de la seva generació no ho havien pogut fer”.

"ERA UNA CONSPIRACIÓ PERQUÈ, QUAN MORÍS FRANCO, TINGUÉSSIM PERIODISTES PREPARATS PER A LA REGENERACIÓ DELS MITJANS" Antonio Franco

Aquesta transmissió de la cultura periodística somiada i constreta pel franquisme anava acompanyada d'una gran complicitat política amb vista a quan canviessin les coses. “A les aules es parlava molt de com es treballava en els diaris francesos o anglesos que, per descomptat, feien les coses de manera molt diferent a la de les redaccions d'aquí, que quan no estaven lliurades, comprades o regalades al Règim, n'estaven temoroses”, conclou Franco.

L'Escola de Periodisme del CIC va tancar l'any 1974. En arribar la Transició, a la majoria de les redaccions, aquells alumnes es van convertir en peces clau del nou ambient informatiu. **C**



LA LLUITA CONTINUA

Treball, l'històric òrgan del PSUC, ha viscut la Guerra Civil, la clandestinitat i els vaivens de la democràcia

TEXT JOSEP MARIA FIGUERES

Treball, l'influent diari del PSUC durant la Guerra Civil, va passar durant la postguerra a ser una atrevida publicació clandestina fins arribar a la Transició quan, tot i l'enorme prestigi assolit com a capçalera revolucionària, va esdevenir portaveu d'un partit que va anar perdent pes electoral i, a poc a poc, va entrar en un procés de pèrdua d'aquella enorme influència pretèrita. Emmarcada dins el conjunt de les dues-centes publicacions comunistes, *Treball* fou la de més impacte dins el seu àmbit, al costat d'altres com *Nous Horitzons* o *Lluita*.

Treball va aparèixer poc abans que el partit. Efectivament, el *Diari dels treballadors de la ciutat i el camp* va néixer el 21 de juliol del 1936 per convertir-se en la tribuna ideològica del marxisme i el socialisme, arran de la unió singular de quatre partits (Partit Comunista de Catalunya, Federació Catalana del PSOE, Partit Català Proletari i Unió Socialista de Catalunya). El PSUC –Partit Socialista Unificat de Catalunya– es fundava, doncs, el 23 de juliol, només dos dies després de *Treball*, i ràpidament aquesta capçalera era identificada com l'òrgan de la nova formació.

El diari va esdevenir ràpidament una tribuna d'impacte polític, no pas social. Al seu contingut, d'alt nivell ideològic i intel·lectual, predominaven articles doctrinaris, discursos i parlaments de personalitats com Joan Comorera, Rafael Vidiella i tots els consellers, càrrecs i capdavanters comunistes. Malgrat això, no tenia l'impacte popular dels diaris *El Diluio*, *El Día Gráfico* o *La Vanguardia* ni l'impacte intel·lectual de *La Publicitat* o *La Humanitat*.

Tanmateix, *Treball* sortia diàriament al carrer en defensa de la República i era un diari de molta influència tenint en compte que el PSUC era el primer partit sorgit arran de la nova situació geopolítica –el suport de la URSS a la República assetjada i l'organització eficient de la militància–, mentre que el guanyador de les eleccions, ERC, es trobava en situació d'inferioritat, tot i tenir Companys a la Generalitat. Unes pàgines influents, les de *Treball*, que, paradoxalment, s'imprimien als tallers del catòlic *El Matí*, confiscat pel PSUC l'endemà de la sublevació militar.

ELOGIS I CRÍTQUES

En el primer número, de gran format i a cinc columnes, *Treball* ja és defineix com el diari del proletariat amb un lema en portada ben explícit: “Treballadors de tots els països, uniu-vos”. Actualment, es poden consultar els exemplars d'aquella època en una edició digital en què s'observa com, malgrat l'escassa

presència tant de fotografies com d'il·lustracions, aquesta capçalera tenia un disseny sòlid i compacte, amb abundants textos de gran extensió, un fet que va convertir-la en una publicació de qualitat i tota una referència ideològica.

Mitjançant diferents seccions ben estructurades s'informava de l'activitat bèl·lica al front amb comunicats oficials i cròniques –tot i que aquestes eren escasses–, cartes i comentaris sobre el dia a dia de la guerra, ja fos al front d'Aragó o al de Madrid. També es parlava de la rereguarda, amb notes i comunicats

ALS ANYS TRENTA, EL SEU DISSENY SÒLID I ELS SEUS TEXTOS VAN CONVERTIR-LA EN TOTA UNA REFERÈNCIA IDEOLÒGICA

d'entitats, sindicats, institucions, etc. que, com els altres diaris de l'època, en temps de guerra veien com el contingut, entre la censura i la propaganda, sempre se'n ressentia. En canvi, cal remarcar els cartells, de gran impacte visual i notable qualitat, que permetien promocionar el diari.

Pel que fa al contingut, *Treball* excel·lia en elogis a les diferents organitzacions marxistes amb agraïments i homenatges –constants– a la Unió Soviètica, però també amb crítiques al POUM d'Andreu Nin, d'inspiració comunista no estalinista i, per tant, enfrontat amb el PSUC.

Durant la guerra, *Treball* va ser dirigit per Pere Ardicaca (1936–1937), Artur Perucho (1937–1938) i Lluís Aymamí i Badina (1938–1939) als quals cal sumar-hi una àmplia nòmina de col·laboradors com Pau Ballester, Josep Ballester, Amadeu Bernadó, Pere Calders (*Kalders*), Víctor Colomer, Artur Cussó, Àngel Estivill, Ramon Fuster, Magdalena Gómez, Joan Grijalvo, Evarist Massip, Teresa Pàmies, Manuel Serra i Moret, Rafael Vidiella, etc.

El diari va publicar-se fins al darrer moment, a final del gener de 1939, quan els franquistes entraren per la Diagonal i centenars de militants del PSUC van haver d'exiliar-se a França. Els franquistes van saquejar la seu de *Treball*. Es tancava, així, la primera etapa d'aquest diari, en la qual es van publicar fins a 773 números.

DIARI CLANDESTÍ

Després de la guerra, *Treball* va passar a ser el portaveu del marxisme ortodox des de la clandestinitat amb una edició mensual. Aquesta nova etapa va iniciar-se el 1943. Apareix amb gran regularitat, fins al 1947, quan una caiguda de militants va provocar detencions i un consell de guerra amb empresonaments i el posterior afusellament, el 1949, del director, Joaquim Puig i Pidemunt, qui havia impulsat la capçalera, amb tiratges de fins a deu mil exemplars.

La perseverança va ser una constant durant molts anys i amb diferents directors, amb gent implicada com Víctor Mora, Armonia Rodríguez, Marcel Plans, Jordi Solé

EL 1949, ELS FRANQUISTES VAN AFUSELLAR EL DIRECTOR, JOAQUIM PUIG I PIDEMUNT, QUI HAVIA IMPULSAT LA CAPÇALERA

Tura, Joaquim Sempere, Jordi Borja, etc., tot i que, per raons evidents, no en signaven els textos.

La revista, però, va anar a remolc de les escissions i les crisis polítiques, la més remarcable la de Joan Comorera que, el 1951, va crear una publicació homònima. Mal-

grat aquests entrebancs, *Treball* va continuar sent, fins al 1972, una publicació bimensual. Un dels aspectes que cal valorar és que durant les quatre dècades del franquisme, *Treball* va sortir en català. La mort del dictador canviaria força coses. O no, perquè els obstacles no te-

ES CARACTERITZAVA PER L'OPOSICIÓ AL FRANQUISME, LA DEFENSA DE LA LLENGUA I LES REIVINDICACIONS OBRERES

nien aturador. Prova d'això és que Joan Busquet, el director d'aleshores, va veure com li obrien un expedient per presentar el diari als mitjans de comunicació, el 15 d'octubre de 1976, dia que informen que *Treball* passa a ser setmanal. A partir de llavors, els articles ja apareixen amb la signatura dels autors.

VIDA PRÒPIA

Treball representa al PSUC durant moltes dècades. Com ha exposat la historiadora Carme Cebrián —autora del llibre *Estimat PSUC: socialisme en llibertat* (Empúries, 1997)—, hi van col·laborar una extensa nòmina d'intel·lectuals, polítics, escriptors i militants marxistes que es caracteritzaven per l'oposició al franquisme, una defensa de la llengua i cultura catalanes, a més de la reivindicació de les aspiracions obreres.

Als seus treballs Cebrián recorda gent que va passar per *Treball*, com Joaquim Puig Pidemunt, Joan Comorera, Maria Palau, Gregorio López Raimundo, Pura Fernández, Felipe Cruz, López Neiro, Josep Rucosa, Josep Clariana, Josep Pardell, Cipriano García, Josep Solé



CONSERVACIÓ FRÀGIL

La premsa clandestina és fràgil, costa de preservar. I és que la possessió d'alguna de les seves capçaleres podia suposar multes, presó, tortura policial, condemna judicial, etc. Això explica que el catàleg del Centre d'Estudis Històrics Internacionals de 1977 indiqui que hi ha 25 números del període 1943-1953 i 122 del període 1961-1976, mentre que al catàleg de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona el primer número és del 5 de l'octubre de 1943 i el darrer, el 475, del 4 d'abril de 1977, enmig de llacunes, a vegades importants (del 182 salta fins al 226). A *La premsa del PSUC. (1936-1993)*, catàleg de les publicacions periòdiques del PSUC elaborat per Emili Gasch (Bellaterra, UAB Servei de Publicacions, 1999), s'exposa l'estat de conservació als quatre grans centres (l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, Arxiu Nacional de Catalunya —on hi ha l'arxiu de *Treball*—, el Centre d'Estudis Històrics Internacionals i el Centre Documental de la Comunicació-UAB) i malgrat els 899 números ressenyats, encara hi ha absències d'uns quants números.



Joaquim Puig Pidemunt, director de *Treball* afusellat pels franquistes. Sota la seva direcció va arribar a tirar fins a deu mil exemplars.

Barberà i Montserrat Roig, entre altres. La mateixa Teresa Pàmies va explicar a Cebrián com *Treball* s'elaborava a l'exili, s'imprimia a Barcelona i es repartia en una cadena en la qual tot el partit s'hi implicava.

Amb la Transició, segueix l'evolució política en les transformacions del PSUC en Iniciativa per Catalunya (IC). Un període, aquest, en què *Treball* viu una reducció de la seva influència. Carme Cebrián a *Estimat PSUC* explica com la capçalera pateix el procés de divisió del partit i els enfrontaments que portaren a una pèrdua de militància, una pèrdua d'interès i, per tant, una disminució de les vendes.

En els anys posteriors, la publicació seguiria millores formals i tecnològiques com l'adopció del color a la portada i, en els darrers temps, va deixar el paper per publicar-se tan sols en digital. Amb tot, com queda *Treball* arran de l'anunci al juliol de la dissolució d'Iniciativa per Catalunya-Verds. Com afecta el concurs de creditors i l'ERO a aquesta capçalera històrica? Marc Andreu –codirector de *Treball* des de novembre juntament amb Paola Lo Cascio– assegura que “la revista segueix viva, de moment en línia com en els darrers temps, si bé sense descartar fer-ho compatible amb el format paper en algun moment”. Tot i que el Consell Nacional d'ICV va ratificar el nomenament d'ambdós, la capçalera depèn legalment i formal, des de fa anys, de la Fundació Nous Horitzons i manté el lligam històric i emocional amb el PSUC. I com que ni la Fundació Nous Horitzons ni el PSUC, i per tant

tampoc *Treball*, estan afectats pel concurs de creditors en el qual està immersa ICV, aquesta publicació “té vida pròpia i segueix, i seguirà, en actiu”, tal com apunta Andreu.

Com escrivien, el 18 de novembre, els nous codirectors en un article de presentació, “ni la guerra, ni la re-

LA PUBLICACIÓ, QUE ARA NOMÉS ES
PUBLICA EN DIGITAL, NO ES VEU AFECTADA
PEL CONCURS DE CREDITORS D'ICV

pressió, ni l'exili, ni la dictadura van poder callar la seva veu durant quaranta anys. Tampoc, o encara menys, una democràcia que, per la determinada correlació de forces i debilitats dels anys setanta del segle XX, no va ser el socialisme en llibertat que *Treball* hagués volgut anunciar en portada. Però que va permetre, gràcies a la lluita de molta gent, recuperar i guanyar llibertats i drets socials i nacionals que no es poden menystenir. I que, si de cas, després d'uns altres quaranta anys, cal seguir lluitant per conservar, ampliar o guanyar-ne de nous”. Així doncs, la lluita continua. Ç

Més informació a:

www.revistatreball.cat › Web de *Treball*



QÜESTIÓ DE SUPERVIVÈNCIA

La lenta recuperació de la premsa local als Estats Units

TEXT IRENE RIART



Un vianant passa pel costat de diferents punts de venda de premsa al centre de Washington. Foto: Alamy

La recent fusió de dos gegants mediàtics ha aportat estabilitat al sector de la premsa local als Estats Units en un context de progressiva desaparició de capçaleres en els darrers anys. Prova d'això és que diferents iniciatives treballen per compensar els deserts informatius amb què es troben molts estats que s'han quedat sense referents informatius de proximitat, amb tot el que això implica. En aquest reportatge –escollit millor article del trimestre del *Report.cat*–, s'analitza que hi ha al darrere d'aquesta fusió.

Les dues empreses amb més capçaleres dels Estats Units, Gannett Co i GateHouse Media, ja no lluiten per dominar la premsa local del país i han decidit fusionar-se, segons va informar la CNN el passat mes d'agost. En confirmar-se l'operació, Gannett Co –la companyia més gran quant a circulació de diaris als EUA– i GateHouse Media –el grup amb el nombre més elevat de capçaleres del país– són ara darrere d'un de cada sis diaris d'arreu dels Estats Units.

Gannett Co era propietària de 216 capçaleres en tot el país. La companyia era present a catorze estats, molts d'ells de la meitat est dels EUA i en zones rurals, i d'entre les seves capçaleres hi destacava *USA Today*, d'àmbit nacional i el tercer diari més gran en circulació del país. D'altra banda, GateHouse Media comptava amb 451 diaris i publicacions en 38 estats dels EUA. GateHouse, després de fer fallida el 2013, va apostar en els darrers anys pel

LA FUSIÓ ENTRE ELS DOS GEGANTS TÉ LLOC EN UN CONTEXT ON LA MEITAT DE LA PREMSA EN PAPER NORD-AMERICANA POT DESAPARÈIXER EL 2021

negoci de la premsa local i, sobretot, per la seva digitalització.

Un cop confirmada la fusió empresarial entre les dues companyies mediàtiques,

el grup ha passat a controlar més de 650 capçaleres arreu del país, fet que suposa un de cada sis diaris que es poden trobar actualment als quioscs. Aquesta operació, però, dona a la premsa local nord-americana una forta estabilitat econòmica en els moments convulsos que viu el periodisme al país. Nicco Mele, director del Harvard

EL PROGRESSIU TANCAMENT DE LA PREMSA LOCAL HA GENERAT DESERTS INFORMATIUS. UNS 200 COMTATS NO TENEN CAPÇALERES LOCALS PRÒPIES

Shorenstein Center, va explicar al *The Wall Street Journal* que, als Estats Units, s'estima que fins a un 50% de la premsa en paper té risc de desaparèixer el 2021.

LA DECADÈNCIA DEL PAPER

Als EUA, entre 2004 i 2018, han desaparegut fins a 1.800 diaris, segons un estudi publicat l'any passat per la Universitat de Carolina del Nord. Aquests tancaments han provocat que entre 1.300 i 1.400 comtats del país hagin perdut un mitjà de comunicació i 200 directament no tenen premsa local pròpia. Les capçaleres que s'han vist més afectades pels tancaments són els diaris amb una circulació al voltant de 100.000 i 200.000

exemplars, mentre que les capçaleres més modestes han resistit millor les dificultats econòmiques.

La premsa local nord-americana s'ha vist incapaç de fer la transició digital cap a un nou model empresarial, no han pogut convertir els clients del paper en subscriptors web. La pèrdua d'ingressos s'ha accentuat per causa de la desaparició dels anuncis i dels alts costos d'impressió, que han portat

moltes capçaleres a suprimir-ne l'edició en paper, com per exemple *The Chicago Defender*, o tancar definitivament, com el sonat cas de *The Vindicator*. La major part dels diaris que es troben en perill de desaparèixer són propietats familiars i, per tal de reflotar-los, els acaben venent a grans grups mediàtics com Gannett Co o McClatchy. En deu anys, s'han perdut 33.000 llocs de treball a la premsa en paper al país. Tot i que els problemes econòmics no són una excepció de la premsa en paper, sí que han perjudicat el sector, especialment després de la crisi econòmica. Un 36% dels diaris més grans dels Estats Units han patit acomiadaments recents entre 2017 i 2018, segons el Pew Research Center. Per exemple, el *New York Daily News* va acomiadar gairebé la meitat de l'equip editorial l'estiu de 2018. La mateixa investigació informa que s'han perdut més

fabriquem oportunitats per al teu futur



SI TENS UN PROJECTE D'IMPRESSIÓ 3D, CONTACTA AMB NOSALTRES

El Consorci de la Zona Franca és una entitat compromesa amb la innovació, la indústria 4.0, el desenvolupament sostenible i el progrés social. Promovem, gestionem, organitzem i incubem projectes per crear un futur millor per a Barcelona, per a les seves empreses, per a tu.

ZF | CONSORCI
barcelona
ZONA FRANCA

Més informació a
www.zfbarcelona.es

ZF En acció amb **OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

de 33.000 llocs de treball en l'àmbit de la premsa en paper nord-americana entre 2008 i 2018.

NOUS PORTALS

El progressiu tancament de la premsa local ha causat l'aparició de deserts informatius en moltes zones, sobretot en àrees rurals. Moltes comunitats es troben sense un mitjà de comunicació de referència a escala local i, per tant, acaben consumint premsa d'àmbit nacional, sobretot canals de televisió privats. Aquest canvi d'hàbits

LA DESAPARICIÓ DE REFERENTS MEDIÀTICS LOCALS HA CANVIAT ELS HÀBITS DE CONSUM I HA ACCENTUAT LA POLARITZACIÓ IDEOLÒGICA

canvia el focus de referència en el món de la política, del món local a nivell nacional, fet que accentua la polarització ideològica, segons informa Associated Press.

Així doncs, tal com explica AP, el món de la política local passa a un segon pla sense una premsa que n'informi regularment i, en conseqüència, baixa el nombre de participació política. Un altre efecte col·lateral és l'augment de la ineficiència dels governs locals, ja que aquests no estan fiscalitzats per la premsa i ningú actua com a *watchdog* del poder a la zona.

Una altra de les conseqüències de la desaparició de la premsa local en paper és el creixement exponencial de nous portals web a escala local. Aquestes pà-

gines web suposen un nou nínxol de mercat, ja que satisfan les necessitats de les comunitats locals, però sense els costos d'un mitjà de

comunicació regular. Aquests nous webs obtenen beneficis de la publicitat en línia i viuen un creixement continu en nombre d'usuaris.

EMPRESSES AMB MÉS CAPÇALERES DELS ESTATS UNITS

GateHouse i Gannett Co són les dues empreses amb més diaris als EUA i, amb la seva fusió, ara controlen 667 capçaleres de tot el país, un de cada sis diaris venuts als quioscos.

New Media / Gate House	451
Gannett Co	216
Digital First Media	158
Adams Publishing Group	144
CHNI	114

Font: UNC Center for innovation and Sustainability in Local Media (2019)



El futur de la premsa local nord-americana també passa per la digitalització. A la imatge, la versió digital del *Dallas Morning News*. Foto: Alamy



Punt de distribució de premsa local de la badia de Galveston, a l'estat de Texas. Molts comtats, però, s'estan quedant sense capçaleres pròpies. Foto: Alamy

Un dels exemples és The Local Media Consortium, un consorci d'institucions i empreses mediàtiques que aposten per

UN EFECTE COL·LATERAL ÉS L'AUGMENT DE LA INEFICIÈNCIA DELS GOVERNOS LOCALS, JA QUE ARA NO ESTAN FISCALITZATS PER LA PREMSA

aquests nous portals web d'àmbit local. Segons va publicar el portal de notícies Axios, l'estiu de 2018, el consorci està augmentant els beneficis en publicitat fins a un 100% en tres anys i el nombre de visitants creix cada dia més, fins i tot en aquells mitjans que perden rendibilitat en l'edició en paper.

Els portals webs d'àmbit local, doncs, suposen un nou nínxol de mercat. Un altre exemple en aquest sentit són els llocs webs especialitzats. En els darrers anys, han aparegut noves pàgines dedicades a un sector molt concret, com els esports o la cultura, si bé d'àmbit local. Aquests camps, que en la premsa en paper que-

darien relegats a una simple secció, estan explorant-ne tot el potencial a Internet i els grups mediàtics i mitjans hi veuen una futura inversió. Alguns casos d'èxit són *Dawgnation*, de Cox Media Group, o *Guide Live*, de The Dallas Morning News.

Malgrat que aquests nous portals no poden substituir totes les capçaleres desaparegudes ni els periodistes acomiadats, ajuden les comunitats locals a mantenir-se informades.

VISIÓ DE FUTUR

Les dificultats de la premsa local nord-americana no han passat desapercibudes per ningú. El grup mediàtic McClatchy ha invertit fins a un bilió de dòlars a recuperar el periodisme local en zones on actualment es dona el fenomen de desert informatiu, per exemple a través de *The Local Media Consortium*. Amb tot, les verdaderes incursions en el món del periodisme han vingut per part dels gegants

tecnològics, com Google i Facebook. Google i McClatchy van impulsar el projecte *The Compass Experiment*, un laboratori d'innovació per al periodisme local per tal de crear nous models de negoci en zones on avui dia no hi ha cap diari local.

D'altra banda, Facebook ha engegat el Facebook Journalism Project Community Network, juntament amb Lenfest Institute. Aquesta iniciativa es basa a connectar les comunitats locals amb redaccions d'arreu del país per tal de produir notícies que puguin servir als habitants per seguir informats sobre la seva zona. Facebook, però, va explicar que no tenia suficients notícies i continguts per a desenvolupar el projecte plenament.

Tot i les noves iniciatives per ressuscitar la premsa local dels Estats Units, les inversions realitzades fins ara i els nous mitjans de comunicació digitals no han demostrat encara que puguin reemplaçar tots els periodistes existents anteriorment ni aconseguir reviu el periodisme local al país. Ç

ELS ENVASOS
DE PLÀSTIC,
ELS BRICS
I LES LLAUNES
QUE LLENCES AL GRIS,
NO VAN AL GRIS.

→ VAN AL GROC



Envasos
de plàstic



Brics



Llaunes



Safates
de porexpan



Ciutadania, empreses, institucions.
Reciclem bé. Separem bé.

CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

El Col·legi de Periodistes de Catalunya posa a disposició una àmplia oferta de cursos per a facilitar que els periodistes es formin al llarg de la seva trajectòria professional. Apostem per la polivalència i per donar una ràpida resposta als nous reptes de la professió.

HABILITATS PROFESSIONALS I EMPRENEDORIA

- Desenvolupament creatiu per a comunicadors *
- La transformació de la publicitat digital
- Com treballa un reporter free lance
- Workshop sobre Petició d'informació pública
- Comptabilitat i fiscalitat per a periodistes freelance
- La comunicació intuïtiva dins els equips *

PERIODISME DIGITAL

- Crea i edita vídeos amb el mòbil. Nivell avançat
- La igualtat de gènere a les xarxes socials *
- Gestió de YouTube Studio per a periodistes. Com treure'n profit
- Noves narratives multimèdia. Nivell avançat
- Introducció a l'analítica web
- Telegram, Tik tok i Twitch, les noves xarxes del community manager *
- Com utilitzar Instagram stories per narrar una notícia

* Curs nou

COMUNICACIÓ CORPORATIVA

- Fes servir whatsapp com a eina de màrqueting
- Elaboració d'un pla de comunicació
- Com dissenyar un pla de màrqueting digital
- Introducció al protocol per a comunicadors
- La gestió d'un gabinet de comunicació
- E-mail màrqueting amb Mailchimp
- Creació d'un pla estratègic de continguts digitals
- Aplicacions de content curation

TÈCNiques DE PERIODISME I COMUNICACIÓ

- Taller de podcast per a periodistes
- Indesign per a periodistes. Nivell avançat
- Taller de directes *
- Nocions de dret penal i penitenciari per a periodistes *
- El videojoc com a eina periodística
- Aprèn a crear GIFs amb infografies *

AULA SÈNIOR *

- Taller de Twitter
- Taller de Facebook
- Taller d'Instagram
- Taller de LinkedIn

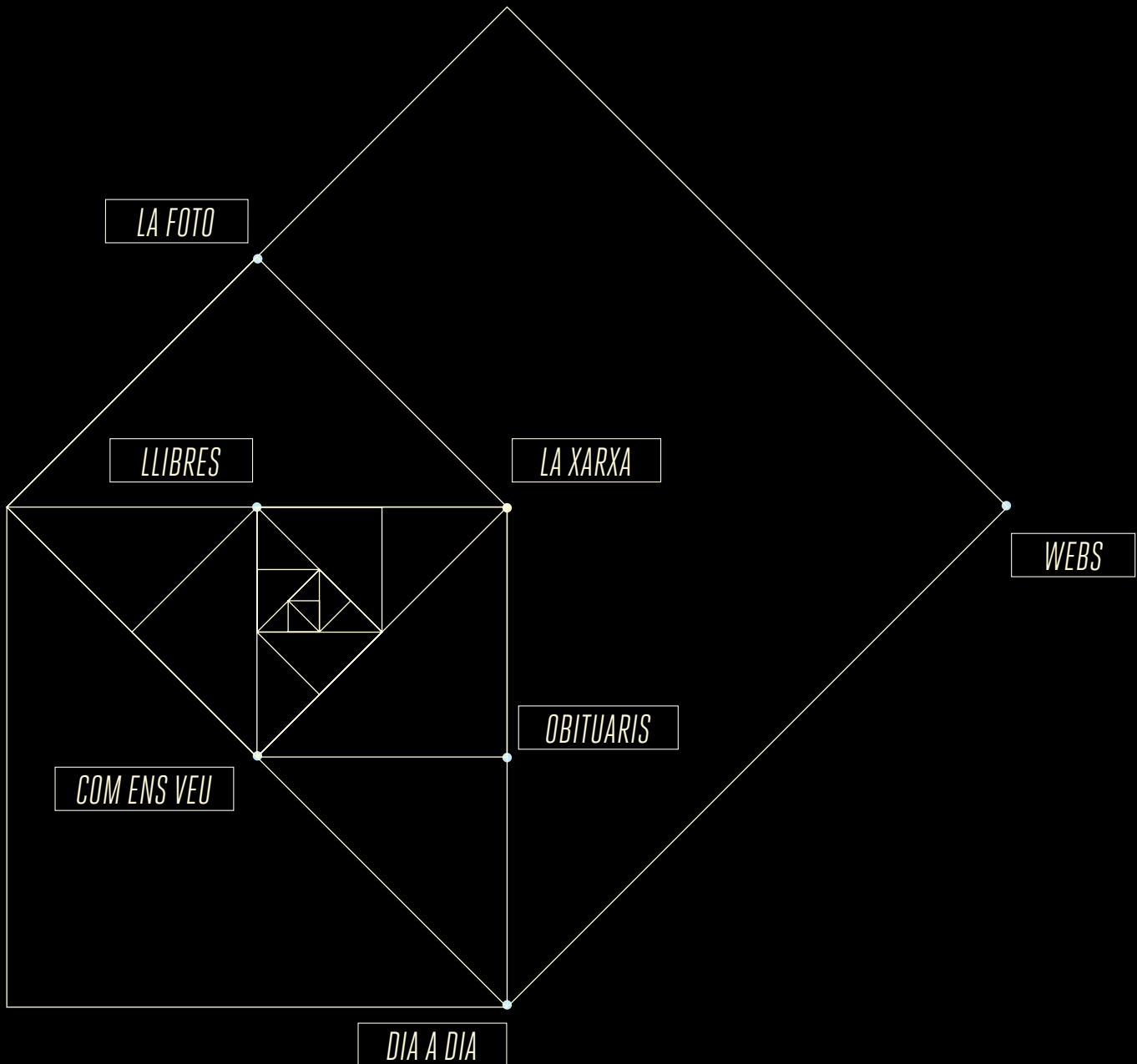
+ FORMACIÓ ON LINE

- Iniciació al Wordpress per a periodistes
- Tècniques d'Espectura Creativa
- Com gestionar les crisis en xarxes socials
- Com utilitzar Instagram stories per narrar una notícia
- Introducció al SEO per a comunicadors
- Protecció de dades per als periodistes *
- Edita vídeos professionals amb el mòbil
- Construeix un butlletí eficaç
- Introducció al periodisme mòbil
- Digital Media Management *
- Storytelling: relat empresarial, polític i personal
- Redacció de crítiques i reportatges gastronòmics *
- Personal Branding 3.0
- L'e-mail màrqueting: una eina per redescobrir
- Com aconseguir subscriptors per al teu mitjà digital *
- Comptabilitat per a periodistes *



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



PARAULA DE SNOWDEN

www.youtube.com/watch?v=efs3QRr8LWw&t=355s

Aquest vídeo, enregistrat en directe via Internet pel programa digital Joe Rogan Experience, permet veure com Edward Snowden, extècnic de la National Security Agency, actualment refugiat a Rússia, explica les claus del seu llibre *Vigilància Permanent* i les peripècies que han fet que els Estats Units l'acusin de traïdor. Dura unes tres hores, però paga la pena. Si voleu ajuda, YouTube ofereix uns subtítols automàtics en anglès que funcionen prou bé.



LE MONDE VOL SER INDEPENDENT

www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2019/09/10/nous-journalistes-du-monde_5508541_3236.html

Prop de 500 periodistes de *Le Monde* reclamen en un editorial que els accionistes del diari garanteixin la independència de la redacció. La petició sorgeix després de la compra d'accions per part del magnat industrial Daniel Kretinsky i quan sembla que es produiran nous moviments a l'accionariat.

LES TRINXERES DEL CANVI

www.niemanlab.org/2019/10/the-rearguard-thinks-the-problem-is-that-the-world-has-changed-too-much-the-vanguard-thinks-the-problem-is-that-journalism-hasnt-changed-enough/

Segons el director del Reuters Institute for the Study of Journalism, l'avantguarda creu que el periodisme no ha canviat prou i la rereguarda opina que el món ha canviat massa. I no és un conflicte entre bons i dolents. O entre llestos i ignorants.

LA CRISI DE NEWSWEEK

www.cjr.org/special_report/newsweek.php

Un estudi detalla els problemes actuals d'aquesta històrica publicació que, segurament, són semblants als d'altres mitjans en crisi: disminució de públic, sous a la baixa, sobreproducció imposada als periodistes, utilització de tècniques de pescaclics, pèrdua de valors en els continguts...



FACEBOOK NEWS

<https://newsroom.fb.com/news/2019/10/introducing-facebook-news/>

La veterana xarxa social anuncia un servei propi de notícies amb la col·laboració d'importants mitjans que cobraran pels continguts aportats. Els usuaris podran personalitzar les informacions que rebien. Alguns comentaristes apunten que les minvants publicacions locals seran les més perjudicades d'aquesta operació.

GOOGLE I ELS CONTINGUTS ORIGINALS

www.blog.google/products/search/original-reporting/

Via bloc oficial, el principal cercador de la Xarxa explica que ha canviat els seus algorismes per tal d'afavorir els continguts originals. La mesura vol evitar que els continguts originals siguin clonats per llocs creats per captar trànsit web de qualsevol manera.

RSF, CAMPANYA VIP

<https://rsf.org/en/campaigns/without-independent-journalism-would-be-news-rsfs-new-ad>

Reporters sense Fronteres endega una campanya internacional per aconseguir suports i finançament. Inclou el vídeo *Sense periodisme independent, aquestes*

serien les notícies, que combina una cançó de bressol i fotos de líders mundials en postals idíl·liques: Putin abraçant un gos, Trump jugant amb nens, Kim Jong-Un cavalcant dalt d'un cavall blanc...



CONFESSIONS D'UN GURU

https://elpais.com/tecnologia/2019/07/12/actualidad/1562885709_674849.html

Jeff Jarvis ja fa anys que vaticina sobre el futur del periodisme. En aquesta entrevista, diu que ha encertat poques vegades, que no ha estat prou radical i que cal veure Internet com la base per tal que els mitjans puguin canviar la relació amb el públic.

EL DIRECTOR SERÀ UNA SÈRIE DE TELEVISIÓ

<https://variety.com/2019/tv/news/david-jimenez-el-director-fremantle-spain-tv-series-1203358615/>

La productora britànica Freeemantle vol fer una sèrie sobre el llibre de l'exdirector del diari *El Mundo*, David Jiménez. L'obra explica fets viscuts per Jiménez durant l'etapa directiva (2015-2016) i destapa vincles del periodisme amb les clavegueres de l'Estat.

KHASHOGGI, CAS OBERT

www.bbc.com/news/world-europe-49657908

Fa més d'un any que va desaparèixer el periodista Jamal Khashoggi, segons molts indicis, assassinat de manera ferotge al consolat d'Àrabia Saudita a Istanbul. El recull de dades de la BBC i la transcripció que fa el diari *Daily Sabah* dels àudios enregistrats pels serveis d'intel·ligència turcs són una actualització esgarrifosa d'aquest cas encara impune.

CRISI CLIMÀTICA I PERIODISME

Creix el debat sobre com els mitjans de comunicació han de tractar l'emergència mediambiental del planeta



Diferents artistes han creat imatges per conscienciar sobre el canvi climàtic. Foto: The Digital Artist

Amb la crisi climàtica consolidada com un dels referents informatius des d'ara fins a l'infinit i més enllà, és positiu que s'hagi obert un debat sobre com el periodisme ha tractat aquest tema en els darrers temps i, sobretot, com l'ha de tractar a partir de la situació actual. És un debat molt viu a la Xarxa, especialment en el món anglosaxó.

Pel que fa al passat, mitjans i periodistes no en surten massa ben parats. I respecte al present i futur, apareixen molts dubtes i incògnites, factors lògics donada la complexitat del tema que, a més, toca interessos econòmics i geopolítics de primera magnitud. Tot i això, alguns analistes creuen que s'estan fent avenços interessants.

Algunes crítiques sobre el passat són força dures. La Columbia Journalism Review (CJR) va realitzar un treball que porta un títol ben explícit sobre el que està passant: "Els mitjans de comunicació són complements mentre el món crema". Un dels seus exemples: quan Nacions Unides van publicar l'any 2018 un demolidor informe sobre la situació del planeta en què es deia que s'esgotava el temps per reduir dràsticament les emissions de gasos a l'atmosfera, tan sols 22 dels 50 principals rotatius nord-americans van parlar del tema.

El veterà periodista Bill McKibben afirma que durant trenta anys els mitjans nord-americans han estat eines de desinformació al servei dels interessos dels combustibles fòssils, presentant el problema mediambiental com una teoria, en lloc d'una amenaça seriosa basada en evidències. "Ha estat tràgic —explica— perquè les tres dècades que hem malgastat en aquest fals debat són les que més necessitàvem per posar-nos d'acord sobre el canvi climàtic".

L'estudi *The Trouble With Climate Emergency Journalism* és menys sever. Aporta dades sobre l'augment de

QUAN, EL 2018, L'ONU VA PUBLICAR UN DEMOLIDOR INFORME, MOLTS DIARIS NORD-AMERICANS NI EN VAN PARLAR

notícies i reportatges que impulsen projectes compartits per grans mitjans de tot el món, com *Covering Climate Now* i diu que la premsa escrita ofereix millors informacions que les televisions i critica la tendència sensacionalista de moltes publicacions.

Menys ossos famèlics i més persones afectades. *The Guardian* fa servir aquesta imatge per plantejar-se el

tipus de referents visuals que necessitem. És la substitució de referents simbòlics i allunyats per imatges humanes i properes. I el mateix passa amb l'evolució de les paraules i termes utilitzats. És el canvi d'un llenguatge passiu i amable (canvi climàtic) a un més específic i punyent (crisi o emergència climàtica).

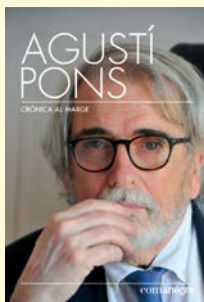
A la recerca de context, la ja esmentada CJR analitza de manera crítica la cobertura dels recents incendis de Califòrnia al treball *What journalists miss when covering the California fires*. Tracta els aspectes que els grans mitjans no han explicat en la cobertura d'un desastre que ha ocasionat dotzenes de morts i grans danys ecològics i econòmics. Res nou, ni llunyà. Quan l'onada de calor i els grans incendis que va patir el sud d'Europa el juny de 2017, l'article *¿Qué le pasa al periodismo con el cambio climático?*, de *Publico*, deia: "Si analitzem el tractament periodístic en alguns dels països europeus afectats, observem de seguida que la majoria de les notícies no estableixen cap relació amb el canvi climàtic".

El debat inclou molts aspectes: les fronteres entre activisme i periodisme; els mecanismes que fan que s'ignorin molts temes mediambientals; els informes sobre assassinats de periodistes que cobrien temes de medi ambient a zones conflictives (es parla de tretze morts confirmats durant l'última dècada a Filipines, Panamà, Índia i Rússia, entre altres països). També recull el cansament del públic per les informacions contradictòries. I les alternatives que surten a redaccions de tot el món interessades per informar millor.

Un apunt extra. El problema d'adaptació no és exclusiu del periodisme. Michael Brüggemann, professor de Media Research i Journalism Studies a la Universitat d'Hamburg, assegura que la situació ja ha portat els científics a un territori "postnormal", una etiqueta que intenta definir com conviuen amb la complexitat, les avaluacions de risc i l'abast del tema. "Cal veure si el debat climàtic condueix també a un periodisme 'postnormal'", conclou.

ENLLAÇOS

www.cjr.org/special_report/climate-change-media.php
www.coveringclimatenow.org/
www.cjr.org/covering_climate_now/california-fires.php
<https://blogs.publico.es/dominiopublico/25626/que-le-pasa-al-periodismo-con-el-cambio-climatico/>
<https://gijn.org/climate-crisis-ideas-for-investigative-journalists/>



CRÒNICA AL MARGE

Comanegra, 2019 | 260 pàgines | Agustí Pons

Espriu, Capmany, Luján, Triadú, Calders... han estat alguns dels biografiats per l'autor que han esdevingut obres de referència per als estudiosos de la literatura catalana. Ara, Agustí Pons (Barcelona, 1947) ha decidit plasmar les seves experiències, el seu treball i la seva erudició en aquesta autobiografia que condensa més de cinc mil articles, una vintena de llibres i la seva experiència periodística durant cinquanta anys de vocació i ofici que va començar al *Noticiero Universal* un llunyà 1964 i va acabar a l'*Avui*. Al llarg dels records, l'autor rememora situacions de personatges del periodisme amb sinceritat amable, però també afegeix dues reprovacions contundents amb noms i cognoms: Vicent Sanchis i el que anomena "clan de Girona". Un llibre, doncs, per entendre el periodisme català del segle XX. El seu autor és història viva del periodisme català i per molts professionals ha estat durant dècades un referent en la professió. Agustí Pons és actualment director de *Revista de Catalunya*. Ha escrit poesia, llibres de memòries i diferents assajos sobre qüestions de política i cultura europea.



L'EXPLOSIÓ DE CAPITÀ ARENAS

Apostroph 2019 | 272 pàgines | Santiago Vilanova

El 6 de març de 1972, una explosió provocava l'esfondrament d'un edifici al carrer Capità Arenas, al districte Sarrià-Sant Gervasi, que va causar la mort de divuit persones. Des del primer moment, les intrigues i pressions per desviar l'atenció de l'opinió pública van ser força efectives en els mitjans de comunicació, que obrien les portades amb la hipòtesi d'un atemptat de l'extrema dreta. Vilanova manté que el cas Arenas "va condicionar durant molt temps l'exercici de la meua professió de periodista", fins al punt que va ser processat per criticar l'indult real a tots els encausats i el sobreseïment dels sumaris oberts. Finalment, la companyia Gas Natural no va poder amagar que aquella explosió —i la d'altres posteriors— va ser provocada per la deficient implantació d'un nou producte —el gas natural— que estava substituïnt el menys eficient gas ciutat. El llibre recull un axioma terriblement vigent: com els oligopolis energètics i les connivències polítiques amb la Justícia silencien la premsa i vulnereu la llibertat d'expressió amb impunitat absoluta. Només cal recordar el cas Castor, a les Terres de l'Ebre, i la recent compra de portades de diaris per part d'Endesa.



SE ALTERA LA VIDA

Ediciones Lectio 2019 | 304 pàgines | Anna Garcia

El llibre és un assaig crític i exhaustiu sobre les substàncies químiques i desconegudes que ens empassem en la quotidianitat —formen part del nostre consum diari— i que provoquen cada vegada més malalties. Es tracta dels anomenats *disruptors endocrins* o *alteradors hormonals*, substàncies sintètiques que podem trobar en els aliments, els cosmètics, els detergents... i que nombrosos estudis científics vinculen amb alteracions hormonals i, per tant, causants de greus malalties, com determinats tipus de càncer. Una contaminació invisible que també afecta la fauna silvestre i el medi ambient. Tot va començar quan a l'autora, resident a Brussel·les, li van diagnosticar hipotiroïdisme. Les seves primeres indagacions sobre la malaltia, que desconeixia, van esdevenir un assaig periodístic amb una trentena d'entrevistes amb especialistes, l'assistència a un grapat de conferències i, sobretot, infinites lectures: estudis científics, normatives i reglaments, informes de la UE, l'OMS i de Nacions Unides, a més de multitud d'articles publicats en mitjans especialitzats.



LOS 7 HÁBITOS DE LA GENTE DESINFORMADA

Editorial Conecta, 2019

224 pàgines

Marc Argemí

Ja fa gairebé vint anys que el periodista i semiòleg Ignacio Ramonet va encunyar la fórmula sobreinformació = desinformació, de vigència inqüestionable avui en dia. Ens creiem informats per l'exhaustiu accés a la informació del que disposem mitjançant Internet i les xarxes socials i, per tant, convençuts de prendre les decisions adequades, però aquesta percepció només és un miratge. La desinformació acompanya la nostra vida personal i professional, i els algorismes de l'entorn digital no ajuden massa. Aquest llibre pretén identificar els hàbits i les actituds que ens fan més susceptibles i vulnerables a la desinformació i les eines pràctiques per discernir entre el soroll i les dades rellevants, entre la manipulació i la informació.



UNFAKING NEWS. CÓMO COMBATIR LA DESINFORMACIÓN

Ediciones Pirámide, 2019.

204 pàgines

Raúl Magallón Rosa

Ningú no està immunitzat contra la desinformació. Ningú absolutament. Ho assegura en el pròleg del llibre Julio Montes, cofundador de *Maldita.es*, un portal que destapa *fake news*, aquesta moderna arma —informativa i passional— per a definir tot allò que els "altres" publiquen contra "nosaltres" i que tant condiciona la nostra noció cultural, social, política, econòmica i jurídica de l'anomenada *veritat*. La desinformació evoluciona sense límits i, cada cop més, les mentides viatgen sense una URL, sense un enllaç, només mitjançant captures que es viralitzen ràpidament i són difícils de combatre. El llibre està farcit d'interrogants que ens faran reflexionar, perquè no existeixen fórmules alquímiques per discernir entre tanta incertesa: Com es crea la desinformació? Qui la crea? Quina és la seva influència real? Com la combatem? I, si la desinformació sempre ha existit, per què ens preocupa ara?



RESISTÈNCIA. LA PREMSA EN CATALA, CENSURA I REPRESSIÓ

Editorial Base, 2019

304 pàgines

Josep Maria Figueres

L'autor és un profund coneixedor de la història del periodisme tal com queda palpès en aquest exhaustiu viatge de la premsa catalana. Tot i que

l'estudi està centrat en diaris i revistes del segle xx, des d'una concepció de la diversitat i la pluralitat, l'enfocament cronològic ens porta al darrer capítol "Una molt llarga repressió de tres segles", en què aborda la polifacètica repressió de les publicacions en llengua catalana des del Decret de Nova Planta fins a l'actualitat, passant, òbviament, per les dictadures de Franco i de Primo de Rivera. El llibre està prologat des de l'exili pel president Carles Puigdemont, que incorpora una reflexió de George Orwell: "Cal que cada dia i en cada moment els periodistes recordem que la llibertat és el dret a dir als altres el que no volen sentir".



DE LA POMA A LA PANTALLA

Pagès editors, 2019

120 pàgines

Marta Roqueta-Fernández

Aquest és un llibre que parla de l'amor 4.0, d'estimar i d' enamorar-se, de les idealitzacions romàntiques i de desitjar, de gaudir i de viure el sexe en un

entorn —el de les xarxes i la tecnologia— que condiciona, fins i tot, els nostres hàbits afectius i les nostres relacions amoroses. Al llarg dels nou capítols del llibre s'aborden temes sobre la percepció de l'amor, entès aquest des de l'òptica de l'imaginari occidental: l'amor romàntic. Així, l'orientació sexual, la identitat de gènere, la cosificació de la dona, el racisme, la pornografia, l'educació sexual o el capitalisme i els seus efectes flueixen per les pàgines condicionats pel món digital i les pantalles omnipresents. El llibre no té una conclusió, perquè, com diu l'autora, "l'escriureu vosaltres, com jo, durant la vostra vida".



EL GRAN CUADERNO DE PODCASTING

Kailas editorial

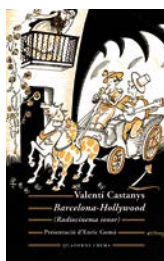
304 pàgines

Francisco Izuzquiza

Com pot sorgir la idea de què parlar en un programa?

Com escollir un bon micròfon o una taula de so? Quants

cèntims s'haurien d'invertir per tenir un bon equip de podcasting? Quin software s'ha d'utilitzar per a gravar i editar? Quines plataformes són idònies per a la distribució del producte? Com obtenir retorn econòmic mitjançant un podcast? Quin futur li espera al podcast? El llibre dona resposta a aquestes preguntes fonamentals gràcies a la col·laboració de 40 podcasters de reconeguda experiència que han aportat els seus testimonis i reflexions. Un manual imprescindible per a tots aquells que vulguin apropar-se a aquesta activitat en expansió i per a aquells usuaris més avançats que trobaran plantejaments tècnics i especialitzats.



BARCELONA-HOLLYWOOD. RADIOCINEMA SONOR

Quaderns Crema, 2019

128 pàgines

Valentí Castanyes

L'autor va ser un del grans del l'humorisme i la il·lustració catalana als anys 30 i 40. Va retornar a Barcelona en acabar

la guerra, després de residir a Donosti, en poder del bàndol nacional, on va col·laborar amb la falangista *Flechas y Pelayos*. Abans, l'any 1933, la Ràdio Associació de Catalunya va convidar Castanyes a realitzar unes col·laboracions radiofòniques sobre el cinema i l'enorme impacte que tenia sobre la ciutadania de l'època. D'aquí sorgeix aquest llibre. Irònic, sorneguer i escèptic, no va ser massa amable amb el mites de Hollywood. "La seva tragèdia rau en el fet que ja no saben què fer per fer riure", va dir dels mites *El Gordo y el Flaco*. La seva visió de la modernitat l'apropa a Joan Capri —a qui li va escriure més d'un monòleg—, segons relata Enric Gomà, prologuista del llibre.



TEORÍA DE LA GRAVEDAD

Libros del Asteroide, 2019

212 pàgines

Leila Guerriero

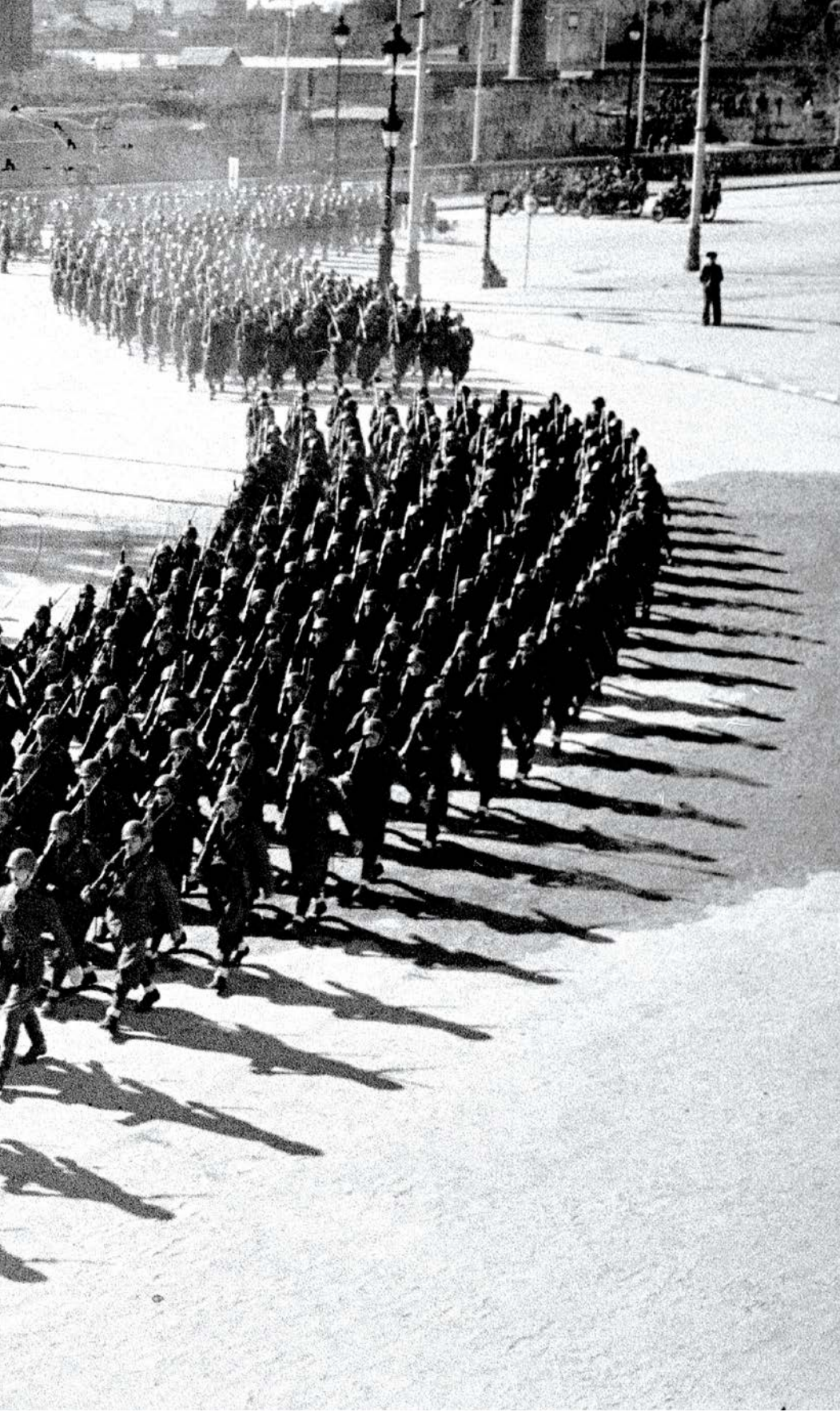


Periodisme o literatura? Doncs aquí rau el principal valor de Guerriero: és el mateix ofici. Aquest llibre és una selecció de les seves columnes escrites

al llarg de cinc anys al diari *El País* i condensen l'immens poder de la seva prosa punyent i rigorosa que han convertit l'autora en una de les principals signatures del periodisme narratiu en llengua castellana. I de què van aquests textos? De la quotidianitat submergida i de sentiments emergents. O com diu Pedro Mairal, que signa el pròleg, "de l'amplada de l'aridesa dels nostres cors. De cols i reis i del perquè el mar bull i de si els porcs tenen ales. De l'horror quan l'amor s'acaba. De totes les coses fetes per a ser oblidades i que no oblidem mai". De tot això parla Leila Guerriero.

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





EL TRESOR VERMELL

Els familiars del fotògraf Antoni Campañà (1906-1989) van localitzar unes capses vermelles en un garatge quan derrocaven una casa familiar a Sant Cugat.

A l'interior hi havia unes cinc mil imatges, la gran majoria inèdites, de la Guerra Civil a Catalunya. Quatre-cents d'aquestes es mostren a *La capsa vermella. La Guerra Civil fotografiada per Antoni Campañà* (Comanegra). A la imatge, la desfilada de la victòria franquista el 20 de febrer de 1939.

Antoni Campañà

— • LA FOTO • —

MATÍAS VILLAMUERA DE CASTRO

El veterà periodista Matías Villamuera va morir, el passat 28 de juliol, a noranta-un anys d'edat. Nascut l'any 1927 a Becerril de Campos (Palència), va treballar, entre altres mitjans, a la revista *Interviú* on va exercir el periodisme d'investigació. Allà va coincidir amb Xavier Vinader i Antonio Rubio investigant successos i noves formes de criminalitat.



PITU TARRASA

El 24 d'agost, va morir el periodista tarragoní Pitu Tarrasa a seixanta-cinc anys després de lluitar contra una llarga malaltia. Fill del cèlebre i reconegut radiofonista Josep Maria Tarrasa, va exercir com a cap d'Informatius d'Onda Rambla i director d'Onda Rambla Tarragona, Onda Cero Reus i Onda Cero Tortosa, i també va treballar a Radio Reloj, Cadena Catalana i Rueda de Emisoras Rato, a més de ser cap de premsa del Col·legi de Metges de Tarragona. El 2008, amb la seva dona, va cofundar el digital *TotTarragona.cat*, el primer digital d'aquesta ciutat.



CRISTINA CENTELLES

El 3 de setembre va morir la periodista tarragonina Cristina Centelles a cinquanta-tres anys, al no poder superar una llarga malaltia. Va començar a treballar el 1992, quan es va constituir l'empresa Municipal de Mitjans de Comunicació de Tarragona incorporant-se a la plantilla de Tarragona Ràdio. Allà s'hi va estar una vintena d'anys, i es va convertir en una veu habitual de l'emissora. Després d'això, va iniciar una nova etapa laboral en la qual es va desvincular del periodisme.



JOAN MARTÍ RIBES

El passat 11 de setembre, va morir Joan Martí Ribes a vuitanta-quatre anys. Va ser un dels primers reporters gràfics de TVE-Catalunya. El 2017, CAPÇALERA rememorava aquells pioners i recordava que era l'únic supervivent dels quatre primers reporters gràfics de Miramar, que al principi utilitzaven càmeres de cinema perquè eren les úniques petites i lleugeres. Martí va ser qui, el juny de 1970, va gravar el polèmic penal inexistent que Guruceta va pitar en un Barça-Madrid. Ribes vivia retirat a La Pobla de Cérvoles (Lleida) on practicava la seva afició, la fotografia.



Martí filmant els exteriors de Miramar. Foto: Arxiu Joan Martí.



KIM BRADLEY

La periodista, escriptora i crítica d'art Kim Stevens Bradley va morir, el 30 d'octubre, inesperadament per causes naturals a seixanta-cinc anys a Barcelona, on vivia des de feia més de vint-i-cinc anys. Nascuda el 1954 a Hillsboro (Oregon), Bradley va treballar com a corresponsal per a la revista *Art in America* durant molts anys. Usuària del Centre Internacional de Premsa de Barcelona, era una professional força coneguda al Col·legi de Periodistes. També era autora de *Confesiones de una norteamericana en apuros* (Planeta, 2005), un llibre basat en les seves experiències com a nadiua de parla anglesa que cau en els errors d'una llengua estrangera.



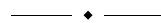
GENÉ GIRIBERT

El periodista i sacerdot Salvador Gené Giribert va morir, el 20 de novembre, als vuitanta-set anys, dues setmanes després d'haver patit un vessament cerebral. Nascut a Comabella (La Segarra) el 1932, va estudiar al Seminari de Lleida i posteriorment va continuar els estudis a l'Escola Oficial de Periodisme de Madrid. Als anys seixanta, va ser un dels responsables de posar en marxa la cadena COPE a Lleida, sota el nom de Ràdio Popular. Va ser director del *Diario de Lérida* entre 1960 i 1999.



JOAQUIM GIMÉNEZ BARON

El passat 1 de desembre, va morir, víctima d'un càncer, a setanta anys Joaquim Giménez Baron, periodista i sommelier. Giménez Barón va participar en diferents programes de ràdio, sobretot a Ràdio Premià de Mar i a Mataró Ràdio, sobre vins catalans, dedicant sempre una atenció especial a la Denominació d'Origen Alella.



ELS MALS FUMS JA NO HI ENTREN

ZBE



CIRCULACIÓ PERMESA



**ZONA DE
BAIXES
EMISSIONS
RONDES BCN**

L'1 de gener va entrar en vigor la ZBE Rondes de Barcelona, una mesura per lluitar contra la contaminació de l'aire i protegir la salut de les persones. És una àrea d'accés restringit i no hi poden circular els vehicles més contaminants, els que no disposen del distintiu ambiental de la DGT. La contaminació no es veu, però es respira. Agreuja algunes malalties, provoca morts prematures i és especialment agressiva amb les persones més vulnerables. Triar una mobilitat més sostenible és essencial per protegir la salut de tothom.

Els vehicles sense distintiu ambiental de la DGT no podran circular per la ZBE Rondes de Barcelona els dies feiners, de dilluns a divendres, de 7.00 a 20.00 hores. Informa-te'n.



zbe.barcelona / 930 333 555 / 010

Informació
Barcelona
Trucada gratuïta



Aprofita els avantatges
de la T-verda

AGOST

5 d'agost

LA PREMSA EN PAPER DISMINUEIX. Les dades de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) indiquen que gairebé totes les capçaleres van perdre lectors en comparació amb l'any anterior. A Catalunya, els únics mitjans amb millors resultats són el diari *ARA*, amb 14.844 exemplars venuts diàriament (+4,92%), i *La Razón*, amb 6.121 (+0,36%). *La Vanguardia*, *El Periódico* i *El Punt Avui* es troben en les tres primeres posicions de la difusió al territori català amb 90.190 (-9,16%), 55.137 (-16,54%) i 21.338 (-1,63%), respectivament.

21 d'agost

TIKTOK PER APROPAR-SE ALS JOVES. *The Washington Post* reuneix més de 78.000 seguidors a l'aplicació TikTok en què els usuaris, la majoria adolescents, comparteixen vídeos divertits i memes. El mitjà ha trobat una manera divertida de promocionar la marca i ajudar els joves a familiaritzar-se amb la redacció del mitjà. TikTok va ser la quarta aplicació més descarregada l'any 2018 a Espanya i un 66% dels usuaris tenen menys de trenta anys.



L'aplicació TikTok és molt popular.

27 d'agost

DOTZE PERIODISTES ASSASSINATS A MÈXIC. Més de cent periodistes han estat assassinats a Mèxic des de l'any 2000, segons dades del Committee to Protect Journalists (CPJ). La taxa d'impunitat dels delictes contra la lliure expressió és gairebé del 100% en aquest país nord-americà. Mèxic és considerat com l'indret més perillós de l'hemisferi occidental per exercir el periodisme i des del 2019 fins ara ja es comptabilitzen dotze periodistes assassinats.

28 d'agost

REUNIÓ AMB TERRES DE L'EBRE. El president de la demarcació de Terres de l'Ebre, Josep Baubí, inicia un seguit de reunions amb els nous presidents dels

Consells Comarcals d'aquest territori. Les trobades permeten parlar sobre la situació de la professió a les Terres de l'Ebre i sobre la necessitat d'una major consideració cap als mitjans per part, principalment, de les institucions públiques. A més, Baubí obre possibles vies de col·laboració entre tots dos organismes.

30 d'agost

EL MUR DUR DE REGISTRE DEL NYT. El diari nord-americà *The New York Times* és l'últim mitjà de comunicació que implementa un mur de registre dur per als lectors. A partir d'ara, els usuaris s'han de registrar per continuar llegint els articles. Aquesta decisió s'ha pres després que el mode Incògnit de navegadors com Chrome permeti visitar pàgines web sense que es conservi l'historial de navegació i, per tant, es puguin llegir tants articles com es vulgui, de manera gratuïta.

SETEMBRE

2 de setembre

EL PLA DEL *THE GUARDIAN*. El diari britànic *The Guardian* aconsegueix l'equilibri econòmic i uns ingressos de 223 milions de lliures, la xifra més alta de l'última dècada. L'exercici 2018-2019 es tanca amb uns beneficis de 800.000 lliures, després de molts anys en números vermells. Aquest mitjà de comunicació de referència ha apostat pel *membership* com a fórmula per captar ingressos dels usuaris.



Exemplars del *The Guardian*

5 de setembre

TROBEN LES RESTES DE LA PERIODISTA IRENE RIGALL. Les proves d'ADN confirmen que els ossos trobats a principi d'any a la riba del Ter, al seu pas per Girona, són de la jove periodista col·legiada Irene Rigall, que va ser vista per darrera vegada el març del 2011, no massa lluny de la zona on, fa uns mesos, es van trobar les restes òssies. La desaparició de Rigall va

commocionar la ciutat, i, especialment els companys periodistes.

OFF THE RECORD AMB JOAN ROCA. La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes organitza un sopar *off the record* amb Joan Roca, xef del Celler de Can Roca, que ha estat elegit dos anys consecutius (2017 i 2018) com a millor xef del món. Roca és, amb els seus germans, Josep i Jordi, un dels tres puntals del restaurant. L'establiment compta amb tres estrelles Michelin i ha estat considerat com el millor del planeta. Roca va respondre a totes les preguntes que se li van formular, i va parlar tant de temes relacionats amb el món de l'alta gastronomia com de temes més personals, sense estar-se tampoc de detallar diferents anècdotes curioses o divertides que li han passat al llarg de tots els anys que fa que es dedica a la cuina.



Foto: Demarcació de Girona

Roca amb els participants del sopar

10 de setembre

LE MONDE REIVINDICA LA SEVA INDEPENDÈNCIA. Més de 460 periodistes i treballadors del diari francès *Le Monde* reclamen que es garanteixi la independència editorial del mitjà. Els professionals demanen que es mantingui el "dret d'aprovació", una clàusula interna que permet vetar l'entrada com a copropietari a algú que pugui comprometre la independència del rotatiu. Aquesta preocupació parteix de la presència com a accionista de l'empresari txec Daniel Kretinsky.

12 de setembre

COL·LOQUI SOBRE EL BREXIT. El Brexit i els corresponents de premsa catalans a Londres, Sergi Mulero (TV3), Walter Oppenheimer (*El País*), Dani Postico (*El Punt Avui*), Jordi Barcia (RNE), i Quim Aranda (*Ara*), van ser els protagonistes del Sopar-col·loqui "Catalans, davant el Brexit", que la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes i el Casal Català, Catalans UK, van organitzar a l'Hotel Hilton London Euston de Londres. L'acte, que va acollir vora 40 par-

10^a CAMPANYA SOLIDÀRIA

PER AJUDAR ELS NENS AMB SÍNDROME DE DOWN



GENT DOLÇA
Gente Dulce. Sweet People



+1 ♥

*¡El teu clic
tambén ajuda!*



CONSUMIR DENTRO DE UNA DIETA
SANA Y EQUILIBRADA 

CONSUMIR DINS D'UNA DIETA
SANA I EQUILIBRADA 

participants, forma part d'un viatge professional i social de cap de setmana que ha portat 25 col·legiats lleidatans a visitar la BBC, acompanyats per la britànica Unió de Periodistes, i el Parlament del país, de la mà del servei de premsa de la Sala dels Comuns.



Foto: Demarcació de Lleida

Els participants de l'acte a Londres

13 de setembre

TROBADA DE PREMSA AMB DINA MEZA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el PEN Català organitzen conjuntament un esmorzar amb la periodista hondurenya Dina Meza. Aquesta professional de la informació és reconeguda per la defensa dels drets humans i, concretament, per la denúncia de la persecució d'activistes mediambientals i periodistes independents. L'any 2013, Meza es va veure obligada a marxar del seu país durant un temps per culpa de les amenaces rebudes.



Foto: PEN

La periodista Dina Meza

16 de setembre

NIUS, EL DIGITAL DE MEDIASET. El grup Mediaset posa en marxa el nou mitjà digital NIUS, acrònim format per les paraules *Nueva, Información, Única i Sencilla*. La redacció està formada per una trentena de persones, majoritàriament provinents de Notícies Cuatro. La direcció està encapçalada per Juan Pedro Valentín i els subdirectors Pilar García de la Granja, corresponsal de Telecinco als Estats Units; José Luis Fuentesella, subdirector d'informatius de Mediaset, i Techu Baraño, directora de *Telemanía.es*.

17 de setembre

EL NYT TANCA L'EDICIÓ ESPANYOLA. *The New York Times* anuncia el tancament de NYT en Español per motius estrictament financers, segons un comunicat publicat a la pàgina web. La versió en espanyol del mitjà publicava una desena d'articles cada dia, originals o traduïts de la versió en anglès. *The New York Times* en espanyol es va llançar, l'any 2016, amb l'objectiu d'arribar i atraure més lectors internacionals.

20 de setembre

PERIODISTES A LES ENTRANYES DEL JUDICI AL PROCÉS. Mar Poyato, corresponsal a Madrid, i Marc Martínez Amat, cap de Política de RAC1, comparteixen experiències professionals del seguiment del judici al procés en una taula rodona, a Manresa. L'objectiu de l'acte és conèixer la lletra petita del procés judicial contra els líders independentistes en un moment clau: l'arribada de la sentència. L'activitat està organitzada per la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

25 de setembre

ARIADNA OLTRA AL "PESSICS". Anna Vilajosana conversa amb la periodista Ariadna Oltra dins del cicle d'entrevistes "Pessics de Vida". Oltra presenta, des d'aquesta temporada, el *TN Matí* a TV3 després de passar pel canal 3/24, el Telenotícies, Els Matins, el *.CAT* i de dirigir, recentment, el documental "Mai Més Víctima" i el reportatge "Entre Togues". Aquesta iniciativa està organitzada conjuntament per la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i el Centre Cultural el Casino.



Foto: Manel Villaplana

Vilajosana i Oltra durant l'acte

26 de setembre

TRETS DE BALINS A PERIODISTES. El Col·legi de Periodistes de Catalunya lamenta l'atac contra tres periodistes de tv3 i de l'Agència Catalana de Notícies mentre cobrien una operació policial dels Mossos d'Esquadra al barri de Campclar, a Tarragona. Alhora,

mostra la seva solidaritat amb els companys afectats, dos dels quals han resultat ferits lleus a conseqüència dels trets efectuats amb una escopeta de balins per part de persones que presenciaven el dispositiu contra un clan especialitzat en robatoris amb violència a l'interior d'habitages.

VISITA AL RECINTE DE SANT PAU. Una vintena de col·legiats participen en una visita guiada al recinte modernista Sant Pau, considerat com un dels més importants del món. L'arquitecte Lluís Domènech i Montaner va iniciar les obres, l'any 1902, per projectar un hospital ple de bellesa, ric en ornamentació, colors i vegetació. L'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau va ser declarat Patrimoni Mundial de la UNESCO l'any 1997.

30 de setembre

CRÍTIQUES A GERARD PIQUÉ. El Col·legi de Periodistes de Catalunya respon, amb un breu comunicat, a les crítiques del futbolista Gerard Piqué que després del partit contra el Getafe havia assegurat que hi havia articles que "sabia qui els escriu, però que els firma una altra persona". Des del Col·legi, lamenten les acusacions del jugador del Barça i demanen respecte. "No ens cansarem de demanar més respecte per a l'ofici i els seus professionals", apunta el comunicat. "Desacreditar-nos perquè no agrada allò de què informem té un biaix poc democràtic i poc lligat a la llibertat d'expressió i la llibertat de premsa, drets fonamentals en democràcia", afegeix.

OCTUBRE

1 d'octubre

ELS ULLS DEL JUDICI DEL PROCÉS. El Col·legi de Periodistes organitza una taula rodona amb diferents periodistes catalans que han cobert el judici del Procés a Madrid. A l'acte, que va tenir lloc a la seu central del Col·legi a Barcelona, hi participa David Melgarejo (tv3), Isabel Palacios (TVE), Gemma Liñán (*El Nacional*), Ot Serra (*ARA*) i Núria Alcalà (RNE), que expliquen l'experiència personal d'haver viscut, des de dins, un dels processos judicials més importants de les últimes dècades.

CONDEMNNA PER L'AGRESSIÓ A LAILA JIMÉNEZ. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) condemnen l'agressió a

Laila Jiménez, reportera de Tele 5, mentre cobria la manifestació commemorativa del segon aniversari de l'1 d'octubre a Barcelona. Situada al mig de la manifestació, Jiménez va ser escridassada i intimidada per alguns dels assistents, que la convidaven a marxar al crit de "Perquè no te'n vas, mentidera!". Aquesta professional de la informació també va ser esquitxada al cap i a la ma amb un líquid. El Col·legi ha demanat "respecte" per la tasca dels periodistes. "Ja no sabem com dir-ho perquè els periodistes no siguem objecte d'agressions ni coaccions", deia en el seu compte de Twitter. També el CAC ha condemnat l'episodi i ha subratllat el dret a la llibertat d'informació.

3 d'octubre

SALVADOR COT COMPRA *EL MÓN*. El periodista i actual director d'*El Món* adquireix aquest mitjà digital i, per tant, passa a ser-ne també l'editor. El mitjà formava part del grup Tot Mèdia, que elabora els mitjans *Tot Sant Cugat*, *Via Empresa*, *Tot Rubí* i *Tot*

Cerdanyola. L'acord entre l'empresa de Cot i Tot Mèdia suposarà un augment de la plantilla, que passarà de 12 a 24 treballadors.

4 d'octubre

DEL LLIBRE A LA PANTALLA PETITA. El llibre *El director*, de David Jiménez, es convertirà en una sèrie de televisió, segons informa Variety. La productora britànica Fremantle serà l'encarregada de traslladar les memòries de Jiménez a la pantalla petita. El periodista va ser director d'*El Mundo* durant un any, del 2015 al 2016, després de treballar-hi vint anys com a reporter.

7 d'octubre

CAMPANYA CONTRA LES AGRESSIONS. El Col·legi de Periodistes prepara una campanya per denunciar les agressions als companys que cobreixen informació a peu de carrer. Un centenar de periodistes hi participen des de les demarcacions de Barcelona, Tarragona,

Lleida, Girona, Terres de l'Ebre i Catalunya Central. L'objectiu és conscienciar la ciutadania i exigir respecte a tots els professionals de la informació.



Foto: CPC

Imatge de la campanya.

8 d'octubre

LA JEC PROHIBEIX CERTES EXPRESSIONS. La Junta Electoral Provincial prohibeix utilitzar les expressions *presos polítics*, *exili*, *Consell de la República* i *Assemblea de Càrrecs Electes* als mitjans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). La Junta

UN VIATGE ÉS MÉS INTERESSANT
QUAN EL FAS AMB UNA BONA GUIA

ANYS
64
DES-DE 1956

ESCUDO DE ORO
www.eoro.com

considera que formen part del llenguatge electoral d'alguns dels partits que concorren a les eleccions. La resolució demana als mitjans públics catalans que no s'apartin dels principis de "neutralitat informativa". El mateix ja havia passat a les darreres eleccions, quan la Junta Electoral va sentenciar que aquest tipus d'expressions vulneraven el principi de pluralisme polític. Aquest cop, però, la Junta ha anat més enllà i també ha prohibit "president a l'exili" i ha imposat que, quan es parli del "Consell de la República" o de "l'Assemblea de Càrrecs Electes", s'afegeixi davant l'"autoanomenat" o "l'autoproclamat".

16 d'octubre

EXPOSICIÓ SOBRE FEMINISME. Una vintena de col·legiats visiten l'exposició "Feminismes!", que acull el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB). La mostra destaca les fites de l'avantguarda feminista que, a la dècada dels setanta, va reescriure el cànon de la història de l'art. S'exhibeixen més de 200 obres d'un total de 73 artistes com Cindy Sherman, Helena Almeida, Ana Mendieta o Judy Chicago.



Foto: CCCB

Imatge de la mostra al CCCB

19 d'octubre

MÉS DE SEIXANTA PERIODISTES AGREDITS. Les protestes contra la sentència del Procés provoquen fins a una seixantena de periodistes ferits, la majoria per part de les forces policials. Els professionals reben cops de porra, bales de goma o projectils de *foam*. El llançament d'objectes d'alguns manifestants també són una de les causes de les agressions, tot i que suposen un petit percentatge del total.

21 d'octubre

"SENSE PERIODISME NO HI HA DEMOCRÀCIA". Més de cent vint entitats, mitjans, comitès d'empreses i consells professionals se sumen al comunicat conjunt dels professionals de la informació davant les agressions rebudes en els últims dies. El document demana aturar les agressions, ja que suposen un atac al dret a

la informació de la ciutadania. També mostra suport a les víctimes d'agressions mentre feien la seva feina.

23 d'octubre

LLIURAMENT DE LES MOSQUES. La demarcació de Girona lliura les Mosques de la Informació a l'Aula Magna de la Casa de Cultura de la Diputació. La responsable de premsa de l'Ajuntament de Blanes, Eva Palau, s'emporta la Mosca Grossa, que premia les persones o entitats que faciliten la tasca dels periodistes. La Mosca Borda, que és per a qui obstaculitza la tasca dels professionals, és atorgada a Jordi Mercader, president de la Fundació Gala-Salvador Dalí. Les Mosques del Col·legi, que distingeixen trajectòries, s'entreguen a l'escriptor Rafel Nadal i, a títol pòstum, a Montserrat Minobis, exdegana del Col·legi de Periodistes. La Mosca de Sant Narcís, que es lliura a una persona o entitat que hagi difós la realitat de les comarques gironines, és per al GEIEG (Grup Excursionista i Esportiu Gironí), que enguany celebra el centenari.



Foto de família dels diferents guardonats

Foto: Demarcació de Girona

BERNARDO ATXAGA AL "PESSICS DE VIDA". Pep Corral conversa amb l'escriptor Bernardo Atxaga, dins del cicle d'entrevistes "Pessics de Vida" a Manresa. Atxaga ha publicat *Obabakoak*, *El hombre solo* o *Esos Cielos*. L'escriptor va recitar poemes i textos, a més de conversar amb el periodista Pep Corral sobre l'ofici d'escriure.



Atxaga i Corral durant l'acte

Foto: Salvador Redó

24 d'octubre

EL BARÇA DE VÁZQUEZ MONTALBÁN. El Col·legi de Periodistes, amb la col·laboració del Barça, organitza un acte commemoratiu del 50è aniversari de la publicació de l'article *Barça! Barça! Barça!*, de Manuel Vázquez Montalbán. Aquest article explica la dimensió política del club a partir de les paraules del president Narcís de Carreras, el primer a expressar la idea del Barça com a "més que un club". Hi participen els periodistes Jordi Osúa, Carles Geli, Ramon Besa, Jordi Puntí, Vicenç Villatoro i Coia Ballesté.

XERRADA DE DAVID MESEGUER. La demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes inicia un seguit de conferències i xerrades sobre l'ofici de periodistes i altres temàtiques relacionades amb el món de la comunicació. El primer convidat del cicle és David Meseguer qui presenta el llibre *Respirando fuego* (Ediciones Península, 2018) escrit juntament amb Karlos Zurutuza sobre el conflicte kurd i explica què significa fer periodisme internacional avui dia. A l'acte l'acompanyen els periodistes ebrencs Francesc Millan i Oriol Gracià.

29 d'octubre

DIVERSOS PERIODISTES, PREMIS NACIONAL. Els periodistes Ramon Besa, Cinto Niqui i Tomàs Alcoverro i Jaume Alemany, així com el grup Segre, Mediapro i el mitjà Crític són alguns dels guardonats amb els Premis Nacionals de Comunicació. Els guardons van ser creats l'any 1999 amb motiu del 75è aniversari del naixement de la primera emissió regular de ràdio a Catalunya.

NOVEMBRE

3 de novembre

BETEVÉ COMPLEXE VINT-I-CINC ANYS. La televisió pública de Barcelona celebra el 25è aniversari després de néixer als estudis de Via Laietana. Una vintena de professionals i els continguts de les televisions de districte van ser els encarregats de començar a omplir la graella de la cadena. La primera emissió de betevé va ser un informatiu presentat per Isabel Gaset. Per commemorar aquest quart de segle d'existència, la cadena barcelonina ha posat en marxa diverses actuacions. Per una banda, a la TDT ofereix tota una selecció dels programes emblemàtics de la seva història, com *Saló de lectura* amb Emili Manzano, *L'entrevista* de Joan Barril o *Qualsevol nit pot sortir el sol* amb Carles Flavià, entre d'altres. A més, al web de la

cadena hi ha una pàgina especial on es pot trobar un recull del més destacat de l'any. També es reuneixen fotografies de l'arxiu propi, així com de personals cedides per la plantilla.

6 de novembre

DAVID OLIETE, PREMIAT ALS IPA. David Oliete, col·legiat i membre de la junta de la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes, és guardonat als International Photography Awards (IPA), considerats els Oscars de la fotografia mundial. La sèrie "A human tower victory", del periodista i fotògraf ha estat premiada en la categoria d'Esdeveniments competitiu, en disciplina professional. El treball captura diferents instants protagonitzats per la Colla Vella Xiquets de Valls durant el Concurs de Castells del 2018. Oliete, que ha obtingut diferents guardons al llarg de la seva trajectòria, ja havia estat guardonat pels IPA el 2013.



Una de les imatges premiades

Foto: David Oliete

7 de novembre

GLOBAL EDITORS NETWORK. L'Associació Global Editors Network (GEN) anuncia el tancament per falta de recursos econòmics després de nou anys de la fundació. L'organització reunia cada any responsables de mitjans de referència, acadèmics i emprenedors digitals per debatre sobre els reptes de la professió. Barcelona va acollir la trobada dues vegades (els anys 2014 i 2015) i, des d'aleshores, el Col·legi de Periodistes hi ha estat present.

12 de novembre

ROULA KHALAF, DIRECTORA DEL FT. El *Financial Times* anuncia que la periodista Roula Khalaf, fins ara número dos de la redacció, és la nova directora del prestigiós mitjà britànic. La periodista supervisava la planificació estratègica del rotatiu i les noves iniciatives per potenciar la projecció digital del mitjà, des del 2016. Khalaf esdevé la primera dona directora des que el diari es va fundar el 1888.

15 de novembre

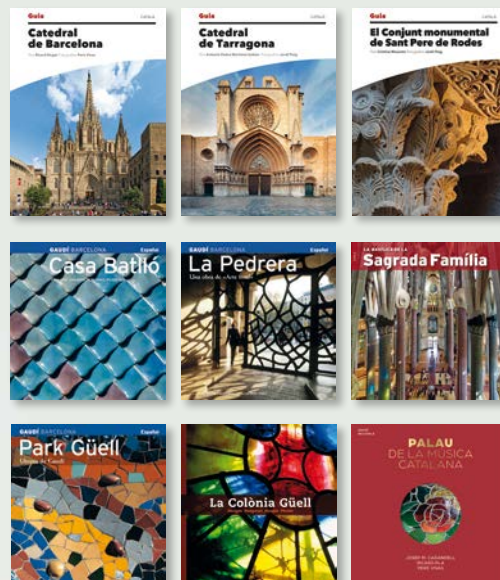
PREMIS DE COMUNICACIÓ NO SEXISTA. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADCP) lliura els Premis de Comunicació No Sexista 2019 i el cinquè Premi Margarita Rivièrre. La fotògrafa col·legiada Pilar Aymerich rep aquest guardó amb la voluntat de reconèixer la feina d'excel·lència periodística pel rigor, independència i visió de gènere. El lema de l'edició d'enguany és "Contra les violències envers les dones". Les periodistes Maria Dolors Genovès, Mariola Dinarès, Natza Farré, Emma Riverola i Ma-

TRIANGLE

Més de trenta anys
al servei del
coneixement del
nostre patrimoni.

CATALUNYA

Un viatge per totes les comarques catalanes,
amb el propòsit de transcendir els tòpics habituals.



ria Escario van ser algunes de les també guardonades en aquesta edició.



Foto: ADCP

Foto de família dels guardonats

18 de novembre

LEILA GUERRIERO, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN. El jurat del premi Manuel Vázquez Montalbán en la categoria de Periodisme cultural i polític recau en guany en la periodista argentina Leila Guerriero. El jurat li reconeix la trajectòria professional, que posa de manifest la necessitat, la importància i la força del periodisme. El guardó té la voluntat de recordar la figura de l'escriptor i periodista Manuel Vázquez Montalbán, mort l'any 2003.

20 de novembre

RELLEU AL DEGANAT DEL COL·LEGI DE PERIODISTES. La degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Neus Bonet, informa en el decurs de la Junta de Govern ordinària, que deixa el càrrec després de sis anys com a degana i de quatre més com a vicedegana. Bonet explica que els motius que l'han portada a prendre aquesta decisió són estrictament personals. El vicedegà Joan Maria Morros assumeix el deganat per acord de la Junta de Govern.



Foto: CPC

Joan Maria Morros i Neus Bonet

6.200 MILIONS D'EUROS I 36.000 LLOCS DE TREBALL. La indústria de la premsa genera més de 6.230 milions d'euros anuals a Espanya com a resultat de la seva activitat i dona feina a un total de 36.000 per-

sones. Aquestes dades han estat recollides en el primer informe *Contribució de la premsa a Espanya*, que analitza la implicació i l'impacte del sector sobre la societat. El document està elaborat per l'Associació de Mitjans d'Informació (AMI), que agrupa els principals grups d'editors de premsa tant d'àmbit estatal com territorial.

21 de novembre

UNA DOTZENA DE PERIODISTES IMPUTATS. El jutge Juan Carlos Peinados imputa una dotzena de periodistes per publicar informacions del sumari sobre el cas dels membres dels Comitès de Defensa de la República (CDR) empresonats. Des del Col·legi de Periodistes es qualifica com a atac a la llibertat de premsa per publicar informació valuosa i veraç. "El delictes de revelació de secret és aplicable a funcionaris no a periodistes, emparats pel secret professional", recorden des del Col·legi.

DIÀ MUNDIAL DE LA TELEVISIÓ. Les demarcacions de Lleida i les Terres de l'Ebre celebren el Dia Mundial de la Televisió, declarat per les Nacions Unides l'any 1996. D'una banda, Lleida realitza un programa especial format per diferents tallers, en què professionals de la televisió lleidatana demostren què hi ha darrere les càmeres, com és la producció i la posada en escena d'un programa. D'altra banda, Terres de l'Ebre celebra el dia amb una taula rodona amb professionals de la televisió com Joan Nadal, Susanna Cases, Gustau Moreno, Víctor Sorribes i Jordi Pazos, que va moderar Oriol Gracià.



Foto: Gladys Soler

Alumnes d'un dels tallers

AMNISTIA CARREGA CONTRA GOOGLE I FACEBOOK.

La vigilància omnipresent que Facebook i Google exerceixen sobre milers de milions de persones representen un perill sistemàtic per als drets humans, critica Amnistia Internacional en el seu nou informe *Gegants de la vigilància*. L'estudi apunta que el model empresarial vinculat a la vigilància dels ciutadans és

incompatible amb el dret a la privacitat i afecta a la llibertat d'opinió i d'expressió, la llibertat de pensament i el dret a la igualtat. "Google i Facebook dominen actualment la nostra vida, generen un poder sense igual sobre el món digital per mitjà de la recopilació i monetització de les dades personals de milions de milions de persones. El seu control insidiós de les nostres nocives vides digitals menyscaba la mateixa seguretat de la privacitat i és un dels problemes de drets humans que defineixen la nostra època", va advertir Kumi Naidoo, secretari general d'Amnistia Internacional. Facebook i Google han refusat les conclusions de l'informe. Les respostes de les dues multinacionals estan incloses en el document.

22 de novembre

DONES RERE L'OBJECTIU. La Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes acull l'acte Dones rere l'objectiu: reconeixement i reivindicació, que organitza conjuntament amb el Sindicat de Periodistes de Catalunya. L'acte consta d'una taula rodona amb la fotògrafa Inma Sáinz de Baranda i la periodista Elisabet Don, en què s'aborda la mirada de gènere en el fotoperiodisme. D'altra banda, es presenta l'estudi de vint-i-cinc fotoperiodistes que han deixat empremta a les comarques gironines, de Laura Cugat. L'estudi conclou que han hagut de demostrar més la seva capacitat que els seus homòlegs homes.



Foto: Demarcació de Girona

Un moment de l'acte sobre fotografia i gènere

28 de novembre

JORNADA DE COMUNICACIÓ CORPORATIVA. El Col·legi de Periodistes organitza amb Dircom Catalunya una jornada per reflexionar sobre la comunicació corporativa i el periodisme de fonts. Una sèrie d'experts debaten tant sobre la comunicació global, la comunicació de crisi, la comunicació interna, la transformació digitals, els nous mitjans com els *spin doctors*. La iniciativa està impulsada pel Grup de Treball de Gabinet de Comunicació del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

25 ANYS DE MINIPUT. El CCCB acull la 25a edició del Miniput, la Mostra de Televisió de Qualitat, en què es presenten programes innovadors i amb vocació de servei públic d'arreu del món que en el seu moment ja es van poder veure en la darrera edició de l'International Public Television Screening Conference (Input). La mostra, però, també ofereix el millor de les cadenes locals de casa nostra així com diferents projectes audiovisuals que es difonen per Internet.

XI PREMIS PILAR CASANOVA. La campanya Catalan Pyrenees Explorer, el projecte Gossos i el doctor Bonaventura Clotet són els guanyadors de l'onzena edició dels Premis de Comunicació Pilar Casanova, organitzat des del Col·legi de Periodistes. Aquests guardons tenen com a objectiu reconèixer i impulsar

la tasca dels gabinets de comunicació i dels professionals que hi treballen. Enguany, s'han lliurat dins del marc de la primera Jornada de Comunicació Corporativa.



Foto: CPC

Els guardonats d'aquesta onzena edició

CONVENI AMB DIRCOM. El Col·legi de Periodistes i l'Associació de Directius de Comunicació de Catalunya signen un conveni perquè els seus associats

es beneficiïn d'un nou vincle professional. L'acord permet desenvolupar sessions o seminaris que acostin els objectius comuns als grups d'interès, posant l'èmfasi en les universitats, escoles de negoci i altres aliances estratègiques.

29 de novembre

RECOMANACIONS SOBRE INFANTS I ADOLESCENTS. El Col·legi de Periodistes, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i el Departament de Treball, Afers Socials i Famílies de la Generalitat elaboren unes recomanacions adreçades als periodistes sobre el tractament informatiu de la infància i l'adolescència tutelada per l'Administració.

**MIRAVÉ
CO**

ODONTOLOGIA 360°

Entre d'altres especialitats:

- Ortodòncia invisible
- Odontologia Infantil
- Odontologia Integrativa

Disposem d'un servei de gestió de l'ansietat dental

Serveis sense cost per col·legiats i familiars (mateix domicili):

- Visites Odontològiques
- Higiene dental anual
- Visites odontològiques urgència
- Rx intra-orals
- Tarifes preferencials per la resta de tractaments

C/Muntaner 239 Telf. 93 200 93 39

Ens hem unit, hem ampliat i seguirem creixent plegats

www.mirave.es

 dental QUALITY
E08031263



Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals. Una altra és fer-ho:

Compte Expansió Premium PRO

Bonifiquem la seva quota de col·legiat

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

10% + **0** + **Gratis** + **Gratuites**

de la seva quota, de col·legiat màxim 50 euros* el primer any.

comissions d'administració i de manteniment del seu compte.¹

Retirades d'efectiu en una àmplia xarxa de caixers.²

targetes de dèbit i crèdit Or.³

Truqui'ns al 900 500 170, identifiqui's com a membre del seu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

Condicions de contractació totalment flexibles. El Compte Expansió Premium PRO s'adapta a vostè i a la seva situació personal. Per això, contractar-lo és molt senzill. Només necessita tenir-hi domiciliada una nòmina, pensió o ingress regular mensual d'un import mínim de 700 euros, més un d'aquests productes:

- Una assegurança contractada a Banc Sabadell, que li oferirà un plus de protecció per a vostè i els seus.
- Un contracte d'AutoRenting, els serveis del seu automòbil en una única solució integral.
- Un pla de pensions, fons d'inversió o compte de valors amb accions de qualsevol companyia per un import superior a 10.000 euros.

Altres alternatives per beneficiar-se dels avantatges del Compte Expansió Premium PRO són:

- Mantenir un patrimoni global a Banc Sabadell superior a 75.000 euros calculat com la suma de saldos del mes anterior en dipòsits, renda fixa a venciment, assegurances de vida estalvi, fons d'inversió, valors cotitzables i no cotitzables, plans de pensions, EPSV i cartera de fons.
- O ser titular de 10.000 accions de Banco de Sabadell, S.A.

Oferta vàlida des del 24/11/2019 fins al 31/03/2020.

* Bonificació del 10% de la quota de col·legiat amb un màxim de 50 euros per compte amb la quota domiciliada, per a nous clients de captació. La bonificació es realitzarà un únic any per a les quotes domiciliades durant els 12 primers mesos, comptant com a primer mes, el de l'obertura del compte. El pagament es realitzarà en compte el mes següent dels 12 primers mesos.

1. Rendibilitat: 0% TAE

2. Per a disposicions a dèbit d'un import igual o superior a 60 euros en els caixers de les principals entitats adherides a la xarxa EURO 6000 (Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Unicaja, Liberbank, Caja EspañaDuero, CajaSur, Caixa Ontinyent, Colonya Caixa Pollença) i en els caixers de Bankia. En els caixers de Banc Sabadell, les retirades d'efectiu a dèbit són gratis per a qualsevol import.

3. Targetes de dèbit i crèdit Or gratuïtes sense comissió d'emissió ni de manteniment.

Dèbit Or: amb assegurança d'accidents de viatge en transport públic fins a 120.000 euros i assegurança d'accidents quotidians fins a 6.000 euros.

Crèdit Or: amb possibilitat d'ajornament de pagaments, assegurança d'accidents de viatge en transport públic fins a 600.000 euros, assegurança d'accidents quotidians fins a 6.000 euros, assegurança d'assistència en viatges per a vostè i per al vehicle.

En la pòlissa de l'assegurança es detallen totes les condicions i les cobertures de cadascuna de les assegurances associades a la targeta de dèbit Or i de crèdit Or.

Targeta Repsol Màxima: amb un 2% de descompte en carburant en fer gasolina en qualsevol estació de servei Repsol, Campsa o Petronor.

Pot fer extensiva aquesta oferta als seus empleats i familiars de primer grau.

sabadellprofessional.com

A Asisa sabem com cuidar-te

ASISA SALUD

L'assegurança de salut més completa amb:

- Ampli quadre mèdic
- Gran xarxa hospitalària
- Avançats mitjans de diagnòstic i tractament

ASISA DENTAL

L'assegurança dental més completa amb:

- 35 Clínicas Asisa Dental
- Més de 1.800 especialistes
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

asisa.es

asisa 

Sabem com cuidar-te