

♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Maig 2020 · Núm. 184 · 8 €



EL VIRUS DE LA INCERTESA

El periodisme es prepara per a les seqüeles del Covid-19

#AMB TU, ARA MÉS QUE MAI

#AmbLesFamílies

#AmbLaGentGran

#AmbElsAutònomsILesPimes

#AmbLesEmpreses

#AmbElsPagesos

#AmbElsQueEnsCuiden

#AmbElsQueMésEnsNecessiten

ADO



Patrocinador de
l'Equip Olímpic

És possible que estigui canviant la nostra manera de treballar i de relacionar-nos, però si hi ha una cosa que no canviarà mai és que tots els que fem CaixaBank, des del primer empleat fins a l'últim voluntari, continuarem compromesos amb la societat i amb tu.

CaixaBank. Escoltar Parlar Fer

 **CaixaBank**
Escoltar Parlar Fer

05 CARTA DEL DEGÀ

**SALUTACIÓ EN TEMPS
DE PANDÈMIA**

TEXT Joan Maria Morros

06 REPORTATGE

TENIM UNA CRISI!

TEXT Carme Escales
IL·LUSTRACIÓ José David Morales

12 ENTREVISTA

**"EL MILLOR DEL VIRUS HA ESTAT LA
NOSTRA REACCIÓ"**

TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergi Reboredo

16 NOVETAT EDITORIAL

EL VALOR DE LA DIFERÈNCIA

TEXT Enrique Canovaca
de la Fuente

22 REPORTATGE

EMPREMTA DE MEMÒRIA

TEXT Elisabet Carvajal
IL·LUSTRACIÓ Anna Falcó

26 REPORTATGE

SOBRE L'ESCENARI

TEXT Martí Figueras

32 DOSSIER

LES LLIÇONS DE LA COVID-19

TEXT Jordi Rovira

36 DOSSIER

REFLEXIONS ENMIG DE LA TEMPESTA

TEXT Francesc Farré

42 DOSSIER

EINES PER COBRIR EL VIRUS

TEXT Adrián Caballero

46 DOSSIER

INFODÈMIA I DESINFORMACIÓ

TEXT Carme Colomina

50 DOSSIER

PERIODISME CONFINAT

TEXT Nereïda Carrillo

54 DOSSIER

EL PROBLEMA INVISIBLE

TEXT Laura Saula

58 DOSSIER

NO TAN DIFERENTS

TEXT Eudald Coll

62 DOSSIER

**MÉS ENLLÀ DE LES LÍNIES
VERMELLES**

TEXT Javier Borràs Arumí

66 REPORTATGE

UN RELAT DIFERENT

TEXT David Caminada
FOTO Robert Ramos

72 PERIODISME AL MÓN

LA PRESÓ DE LES PERIODISTES

TEXT Catalina GÓMEZ ÀNGEL

80 WEBS / LA XARXA

Àlex Barnet

82 LLIBRES

Joan Palomes

84 LA FOTO

Clemente Bernad

86 OBITUARIS

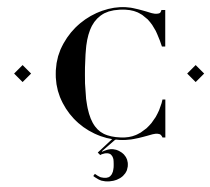
88 DIA A DIA

Francesc Farré

98 COM ENS VEU...

Jaume Bosch

DOSSIER
PERIODISME I COVID-19



REVISTA CAPÇALERA
Núm. 184

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya

DIRECTOR Jordi Rovira

CONSELL EDITORIAL Francesc Canosa, Joan
Maria Morros, Ismael Nafria, Núria de José,
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 NIAID

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

DEMACCIIONS

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 David Badia, Josep Baiges, Estela
Busoms, 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

SERVEIS D'ASSESSORAMENT DEL COL·LEGI

Descobreix quins serveis d'orientació t'ofereim i deixa't aconsellar pels millors professionals.

ORIENTACIÓ PROFESSIONAL

L'expert en comunicació corporativa *Josep Maria Brugués* ajuda a les col·legiades i els col·legiats a guiar-se en les situacions d'atur i en la reorientació de la seva trajectòria professional.

ASSESSORAMENT TECNOLÒGIC

Tens una pàgina web, però no saps com posicionar-te a la xarxa? Tens dubtes amb qüestions de protecció de dades? Consulta-ho i *IPNET Centralized Solutions* et dona la millor resposta. També et poden aconsellar sobre dispositius tecnològics o com protegir les teves dades personals.

ASSESSORAMENT EN ENTORNS DIGITALS I ELECTRÒNICS

La firma especialitzada en dret de les tecnologies de la informació i la comunicació *Global Legal Data*®, et resol tots els dubtes que tinguis sobre reputació digital, drets de la personalitat o propietat intel·lectual.

ASSESSORAMENT FISCAL

AFISEC Serveis Empresarials t'aconsella en les teves obligacions tributàries, el règim fiscal més adequat per facturar els serveis periodístics o les obligacions financeres i jurídiques dels autònoms i les empreses.

ASSESSORAMENT JURÍDIC

El bufet *Gay-Rossell-Solano* t'orienta en qüestions de dret civil i laboral. Segueix els consells dels professionals i beneficia't d'aquest servei personalitzat.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Amb la col·laboració de:

AFISEC
serveis empresarials


centralip

**GAY
R&S**
GAY-ROSELL & SOLANO
ABOGATS

global **legaldata**

SALUTACIÓ EN TEMPS DE PANDÈMIA



És la primera vegada que em dirigeixo a vosaltres des de la revista CAPÇALERA com a degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, càrrec que vaig assumir a mitjan desembre del 2019. I ho faig amb l'orgull i l'enorme responsabilitat de representar al voltant de 4.200 col·legiats.

La situació per la qual passa el món des de fa uns mesos ens ha posat en un escenari inèdit al qual ens hem hagut d'adaptar, en molts casos amb molt poc temps. I ho hem fet amb nota. Periodisme i periodistes hem demostrat una vegada més la capacitat de polivalència i d'adaptació als canvis en la professió i en la societat.



Foto: Engin Akyurt / Unsplash

Aquest número mateix del CAPÇALERA n'és un exemple. En un temps rècord, hem capgirat els temes que teníem previstos per tractar-ne altres absolutament lligats a les conseqüències de la crisi que ha provocat el coronavirus: com afecta la professió, que en molts casos treballa des de casa; quines són les eines que ens

"ELS PERIODISTES HEM DEMOSTRAT UNA VEGADA MÉS LA CAPACITAT DE POLIVALÈNCIA I D'ADAPTACIÓ ALS CANVIS EN LA PROFESSIÓ I EN LA SOCIETAT"

ajuden, i en aquest sentit analitzem les "Converses confinades", que hem organitzat des del Col·legi; ens centrem en una de les noves paraules que hem après, la *infomèdia* i la confiança en els mitjans; o l'estrès posttraumàtic dels professionals.

Des del Col·legi, també ens hem hagut d'adaptar a la situació. Continuem atenent-vos en tot allò que us calgui a través d'una organització en xarxa, des de la seu de Barcelona o des de les seus de Girona, Lleida, Manresa, Tarragona i Tortosa. Continuem oferint-vos cursos en línia amb l'objectiu d'aportar-vos

noves eines per fer la nostra feina. Hem organitzat "Converses confinades" per debatre la professió. Mantenim oberts tres dels quioscos de Barcelona dels quals el Col·legi de Periodistes en té la concessió administrativa. I com que som coneixedors que un dels principals problemes del sector és la precarietat, oferim la possibilitat de reducció de quota en els cas dels periodistes que estan afectats per un EERTO.

El Col·legi, d'altra banda, no s'ha pogut escapar de l'aplicació d'un EERTO a la pròpia estructura, com a mesura que té per únic objectiu garantir-ne la continuïtat i la viabilitat per defensar els interessos i els drets dels periodistes. Tot i el canvi al deganat, la defensa de la professió en el sentit ampli ha estat, és i continua sent la nostra màxima.

Ser el degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya és una responsabilitat i espero estar a l'altura del que espereu tots els col·legiats i de l'antecessora al càrrec, la Neus Bonet, que me'n va oferir la possibilitat. Aquest 2020 el Col·legi celebrarà trenta-cinc anys. I en complirem molts més per representar els periodistes del nostre país.

Ben cordialment,

Joan Maria Morros
Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

deganat@periodistes.org

TENIM UNA CRISI!

La informació com a aliada en els pitjors moments

TEXT CARME ESCALES

IL·LUSTRACIÓ JOSÉ DAVID MORALES

Treballar proactivament tot allò que ens fa forts, preparar-nos pensant en el pitjor per a resoldre de la millor manera si el pitjor arriba és una de les lliçons de la Covid-19. La capacitat d'avançar-se a una crisi com més aviat millor és proporcional a una millor gestió de la mateixa crisi. També en l'àmbit de la comunicació. I és que davant d'una catàstrofe informativa, no haver fet els deures pot sortir molt car, sobretot en una època com l'actual, en què davant dels silencis o de les mentides tot va molt ràpid i les xarxes no tenen pietat.

En una crisi, logística, protecció civil, emergències i professionals sanitaris són a primera línia. La informació, també. Les notícies –el coronavirus ens ho ha mostrat– són part de la lluita en qualsevol crisi. Altaveu del reclam de col·laboració ciutadana, la informació emesa pot regular l'escalf o la psicosi, aliar-se o detractar un país, un govern, una institució, una empresa o un individu davant d'un perill, un risc o una dificultat.

Quan Itàlia començava a patir per la Covid-19, una notícia sobre Erasmus espanyols vivint allà els donava veu. “Els alumnes relaten detalls d'una ciutadania ‘alterada’ i qüestionen l'estratègia comunicativa de les autoritats”, es podia llegir a *El Periódico de Catalunya* el passat 10 de març.

“La pandèmia ha posat en evidència un aspecte clau de la comunicació de crisi: no es pot improvisar. Malauradament, no estàvem preparats per fer front comunicativament a una situació com aquesta. Les accions comunicatives sempre han anat a remolc dels fets, i sovint massa tard”, assegura Ferran Lalueza, professor de Comunicació de Crisi a la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i autor de *The show must go on* (UOC, 2017), una novel·la sobre un professional de la comunicació immers en una situació de crisi a resoldre.

“Totes les empreses i marques en algun moment de la seva trajectòria han d'afrontar una situació de crisi, per un accident, un

delicte o un problema financer. Però no totes les crisis arriben a l'opinió pública”, exposa Mateu Llinàs, director general i soci fundador –amb Frederic Duat– de l'agència de comunicació Manifesta on advocats i especialistes en comerç, màrqueting i tecnologies digitals encapçalen un equip multidisciplinari amb

“LA PANDÈMIA HA POSAT EN EVIDÈNCIA UN ASPECTE CLAU DE LA COMUNICACIÓ DE CRISI: NO ES POT IMPROVISAR” Ferran Lalueza, UOC

periodistes, assessors de comunicació corporativa i relacions públiques, amb experiència en comunicació de crisi.

REPUTACIÓ EN JOC

“Confiança i reputació, capital intangible d'una organització, en situació de crisi s'han de posar sobre la taula”, diuen des de Manifesta. “L'èxit d'una ciutat com Barcelona és un èxit de reputació, i qualsevol cosa que afecti la ciutat influirà en la imatge que projecta i que la gent rep”, afegixen.

Quan la crisi ja és a sobre, el més rendible –diuen– “és saber analitzar què t'ha passat i assumir-ho. En comunicació de crisi, s'ha de gestionar la informació sempre en base a la veritat, per gros





que sigui l'impacte de la catàstrofe a nivell econòmic, social o polític. És clar que la gestió comunicativa de la veritat amb les *fake news* no és fàcil”, puntualitza

Duat. I, tot seguit, Duat cita el llibre

Good bye, veritat, una aproximació a la postveritat (Pagès Editors, 2018), de Joan Garcia del Muro,

que sentència: “La validesa d’un discurs no té ja res a veure amb les antigues adequacions entre allò que es diu i la realitat dels fets. Té a veure amb el poder. La veritat del discurs només depèn que tinguem prou poder per comprar-la i, després, per fer-la valer, per imposar-la”.

Les notícies falses, creades per interessos concrets, són doblement enemigues del rigor periodístic: per l’absència de contrast, i

“S’HA DE GESTIONAR LA INFORMACIÓ SEMPRE EN BASE A LA VERITAT, PER GROS QUE SIGUI L’IMPACTE DE LA CATÀSTROFE” Frederic Duat, Manifesta

perquè obliguen a qüestionar sempre les certes. Les *fake news* han esdevingut escut per silenciar la veu del poble i és una poderosa eina per provocar crisis.

El director del màster en Comunicació Política i Institucional de la UPF-Barcelona School of Management, Toni Aira, ens introdueix en un àmbit propici per a les crisis, sempre exposat als atacs de la reputació. “La comunicació política és de crisi constant”, afirma. “Contínuament es lluita per mantenir la reputació davant dels altres. En un context de legislatures cada cop més curtes i carregades d’estratègies d’atac, és més necessari formar periodistes com a assessors de comunicació”, explica.

“En entitats més grans, –afegeix– la comunicació és en mans d’equips pluridisciplinaris en què el director de Comunicació

potser que no és periodista, però per sota d’ell sí que hi haurà el cap de premsa que seria òptim que ho fos”. Al seu màster es treballa la imatge, el discurs, la importància d’establir jerarquies clares en comunicació, la coherència del relat i les dinàmiques dels mitjans i els canals de comunicació, no només els clàssics.

Sobre coherència en el relat, Aira troba “interessantíssimes les característiques de la política de coalició. Pedro Sánchez i Pablo Iglesias poden tenir diferents discursos, si bé són un sol govern. És essencial treballar la coherència del relat de govern i d’institució. Diferents partits en un govern no pot ser una suma de micro-governos, perquè la incoherència durà els periodistes a furgar en diferències i contradiccions. Exigeix un treball previ de relat conjunt que blindi”, argumenta.

LA PREVENCIÓ, CLAU

La confiança, base en tota situació de crisi, no s’improvisa. Per això el Josep Bertran, responsable de comunicació, relacions externes i institucionals del complex industrial de Repsol a Tarragona parla de comunicació de crisi com “un treball del dia a dia. Com deia l’escriptor romà Flavi Vegecio, ‘si vols la pau, prepara la guerra’”. El coixí de la credibilitat, assegura, “és tota la feina de comunicació que has anat fent, la confiança que t’has ocupat de transmetre esmorteirà millor el cop arribada la crisi”.

Bertran coneix bé el sector petroquímic, un àmbit susceptible de patir crisis. L’accident d’Iqoxe a la petroquímica de Tarragona, al

“ELS SILENCIS JUGUEN EN CONTRA DE L’EMPRESA. EL QUE NO DIUS, HO DIRÀ UN ALTRE, I REDREÇAR-HO COSTA MOLT” Josep Bertran, Repsol

gener, va evidenciar una feble, per no dir absent, gestió comunicativa. “Els silencis juguen en contra de l’empresa. El que no dius, ho dirà un altre, i després redreçar-ho costa molt. Millor sortir, aclarir i posar en context. Si no, després ja perds la credibilitat. El periodista enmig d’una crisi no té temps de mirar amb massa sentit crític”, assegura Bertran.

150 Aniversari

FAMILIA
TORRES

Desde  1870

Guardians del paisatge durant cinc generacions

Durant 150 anys, hem après a escoltar la natura.
Aquest vincle personal amb els paisatges del vi ens ha inspirat a preservar vinyes històriques
i recuperar varietats ancestrals gairebé extingides cultivades pels nostres avantpassats.

Avui, més que mai, creiem que s'ha de tornar a la natura
tot allò que ens ha donat, per això cuidem les nostres vinyes ecològiques
i lluitem activament contra el canvi climàtic.

Gràcies per recórrer junts aquest camí.

Miguel A. Torres



Segons Lalueza, “en aquelles situacions que posen una organització contra les cordes, la comunicació ha de ser excel·lent, així doncs, els errors es paguen molt cars. S’ha de ser àgil perquè qualsevol demora passa factura, planificada, ja que les improvisacions condueixen directament al desastre, i serà sota pressió. Mentre dura la crisi, som permanentment a la picota”.

LA PEDRA A LA SABATA

En la crisi del coronavirus, hem vist com la tria del que es diu oficialment es veu confrontada amb testimonis a les xarxes, molts dels quals acaben arribant també als grans mitjans tradicionals. Les xarxes són aparador de carnada i fonts reals per als informadors professionals. Els micròfons van a la caça de declaracions, com més properes als fets, millor, encara que els falti context.

“D’entrada, les xarxes són una eina fantàstica per detectar quines coses comencen a anar malament fins i tot abans que la crisi esclati. També, és veritat, però, que sovint actuen com a detonants d’una crisi i són gairebé incontrolables”, reconeix Lalueza.

Des de Manifesta, Duat considera que “si bé els tuits poden ser molt efervescents, contagiar i complicar la situació, és important actuar a través de les xarxes per contribuir a posicionar els arguments. S’ha d’avaluar a quins cal respondre, i convé valorar

en quin moment, amb quina informació i en quins canals sortir, en roda de premsa o amb una nota de premsa”. L’inconvenient, segons Josep Bertran, és que “abans es podia amagar o retardar

“CADA VEGADA ÉS MENYS POSSIBLE CONSTRUIR UN RELAT EN AQUEST DIA A DIA TAN CONVULS MEDIATICOPOLÍTIC” Toni Aira

informació, en canvi, ara les xarxes t’obliguen a sortir molt aviat. Pots saber que has tingut un foc, però trigues una mica. Les xarxes vomiten de seguida i tu no tens tota la informació. T’has d’agafar al foc i després ja veuràs per què l’has tingut. L’administració està pendent de les xarxes i et demanen també la informació”, exposa.

LA IMPORTÀNCIA DEL DIA A DIA

Fer valdre la informació pròpia tampoc no és senzill. “Cada vegada és menys possible construir un relat, en aquest dia a dia tan convuls mediaticopolític”, expressa Toni Aira, que remet a *La era del enfrontamiento. Del storytelling a la ausencia de relato*, de Christian Salmon (Península Atalaya), ja que ho defineix bé. Som en un món en què impera “un caos narratiu”, diu Salmon. L’autor exposa com “en una societat hiperconnectada i hipermediatitzada, ja no només val la paraula, sinó que per arribar a conquerir el poder, la combinació guanyadora és enfrontar-se, transgredir, ser imprevisible i imposar la pròpia veritat, la que convingui”.

Per això, Bertran insisteix en la importància “d’anar treballant la comunicació diària i ben a prop dels periodistes, perquè si arriba una crisi, ja et coneguin i puguin contextualitzar els fets, per greus que siguin”. Segons Bertran, Repsol organitza visites, almenys un cop a l’any, a les instal·lacions del Port de Tarragona per mostrar als professionals dels mitjans de comunicació com s’organitzen les mesures de seguretat i explicar-los el dia a dia.

També organitza amb el Col·legi de Periodistes unes jornades de formació per mostrar als periodistes les seves peculiaritats. “Tenir interlocutors identificats contribueix a la credibilitat de la informació quan calgui. Com més obres les portes als informadors, més bé ho situaran tot, en qualsevol accident”, conclou.

“Quan parlem de prevenció, és millor apostar per la comunicació de risc perquè, quan activem el ‘mode crisi’, adoptem una perspectiva eminentment reactiva, i la prevenció requereix proactivitat, preveient escenaris possibles i poder avançar-s’hi”, conclou Lalueza. Ç



Darrere de cada producte de proximitat que ens ha arribat a taula aquestes últimes setmanes hi ha l'esforç dels nostres pagesos, ramaders i pescadors per a una alimentació de qualitat.

La compra de proximitat ens beneficia a tots. Ara, producte local.





"EL MILLOR DEL VIRUS HA ESTAT LA NOSTRA REACCIÓ"

L'entrevista amb Jordi Juan –director de *La Vanguardia* des del 1^{er} de març– té lloc al seu despatx, on treballa als matins per després, a la tarda, confinar-se a casa amb la família. A pocs metres, la redacció està buida, sense redactors ni soroll. Res. Perquè durant el confinament el diari s'ha fet, excepcionalment, des de casa. Perquè el país es troba en estat d'alarma per la Covid-19, una alerta sanitària que ho ha capgirat tot. Perquè el periodisme es troba en una cruïlla històrica.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGI REBOREDO

L'1 de maig t'estrenes com a director de *La Vanguardia*. Tretze dies després comença el confinament seguit d'una caiguda de vendes i publicitat i un ERTO. Això és entrar amb mal peu, mala sort o una oportunitat?

Evidentment és una oportunitat. Si pogués escollir entre ser director ara o d'aquí a un any, prefereixo ara. Aquesta situació m'ha permès molt treballar internament. Quan arribes a la direcció de *La Vanguardia* hi ha una part important de protocol, relacions externes, etcètera, i tot això m'ho he estalviat i he pogut posar en marxa unes idees que teníem amb l'equip.

Els engranatges.

Sí. És cert que és estrany ser a la direcció d'un diari amb la redacció buida. Tothom és a casa i des d'allà fan el diari. És un petit miracle. Si fa uns mesos m'ho haguessin dit, hauria dit que és impossible. Aprofito l'oportunitat per posar en valor la feina

de la redacció, que ha demostrat que són molt bons professionals i que hi estan compromesos. És una situació absolutament estranya, anòmala si bé, a

"SI EN UN FUTUR CONVENI ALGÚ PLANTEJA COBRAR UNA MICA MENYS A CANVI DE TREBALLAR DES DE CASA, ENS HO PODRÍEM PLANTEJAR"

vegades, les oportunitats permeten treure el millor de la gent, que s'ho ha pres molt seriosament i ha treballat en condicions molt complicades.

Veient que es pot fer el diari des de casa, i tenint en compte que la conciliació familiar és una assignatura pendent a moltes redaccions, això pot permetre millorar-ho.

Sí, aquesta crisi pot ajudar molt a fomentar això. No ho hem decidit encara, però

segur que en el futur aprofitarem alguna eventualitat. I fins i tot, si en un futur conveni algun treballador planteja cobrar una mica menys a canvi de treballar des de casa, ens ho podríem plantejar.

La caiguda de publicitat pel coronavirus ha coincidit amb el

procés del diari cap a la subscripció digital de pagament. El coronavirus ho accelerarà?

Sí, evidentment. Des del moment que la gent no pot sortir al carrer a buscar el diari i molts quioscs estan tancats, la versió digital és l'alternativa. Amb tot, l'estem donant gratis. Per tant, hem d'avançar aquest punt perquè la gent pagui pels continguts. Tradicionalment, en una crisi el que es feia era afeblir les plantilles, gastar menys. Però fent això tendíem a

PERFIL

Jordi Juan (Hospitalet de Llobregat, 1963) ha treballat a *Diari de Barcelona*, *Avui*, *El Periódico*, *El País* i *El Observador*. El 1992, entra a *La Vanguardia* on entre el 2007 i el 2009 va ser director adjunt. Després d'una absència de sis anys, temps en què va treballar a Spanair, l'agència InterMèdia i l'empresa de comunicació Vitamine, el 2015 va tornar al Grupo Godó de la mà del seu conseller delegat, Carlos Godó, per fer-se càrrec de la direcció de continguts de *LaVanguardia.com*. Al gener de 2018, va ser nomenat vicedirector del diari i l'1 de març va iniciar l'etapa com a director.

fer-nos més petits. I el món digital ens permet veure que per subsistir, si vols oferir un producte de qualitat i diferent, has d'invertir en periodistes. Amb la subscripció de pagament se'ns obre una via molt bona i l'hem d'aprofitar. Estic animat i il·lusionat perquè si en algun lloc això pot tirar endavant és a *La Vanguardia* per la

"SI DES DEL DIARI HI HA OPCIONS D'INVESTIGAR EMPRESES DE L'IBEX 35 O LA MONARQUIA, HO FAREM"

marca, molt consolidada, i per la plantilla. Sempre dic que tenim la millor redacció d'Espanya, i això s'ha evidenciat amb el coronavirus.

Però aquesta tendència a la subscripció de pagament es dona després de prejubilat molts periodistes veterans i que en les versions digitals hi hagi pescaclics i notícies que no passen pel corrector. Com es combina això amb el periodisme de qualitat que espera el subscriptor de pagament?

Jo diria, i no parlo només de *La Vanguardia*, que des de fa temps, hi ha una evolució dels pescaclics cap a una altra cosa. És veritat que totes les grans capçaleres en algun moment han tingut la temptació de buscar aquest titular que dona audiència i clics, en canvi, s'ha vist que és pa per avui i gana per demà. I, evidentment, a una persona que paga per continguts no li pots donar un producte de pitjor qualitat.

Respecte a la correcció, és una assignatura pendent que haurem de millorar perquè, evidentment, els textos del paper surten més arreglats i corregits que en digital. A vegades, les presses fan que es cometin errors, no només gramaticals, sinó també de picatge. I això dona mala imatge.

Els lectors digitals també es troben amb el 'contingut patrocinat' notícies amb la mateixa tipografia que les altres, però

finançades per un anunciant. Hi ha enquestes que diuen que els lectors no ho diferencien. Els lectors de *La Vanguardia* sabrien diferenciar-ho?

És difícil de saber. Nosaltres intentem ser honestos i marcar-les, però és possible que allò que és fàcilment detectable per als professionals de la informació, com els publireportatges en paper, nosaltres ho veiem diferent.

Tot i així, a diferència del publi-reportatge en paper, al contingut patrocinat la tipografia és la mateixa.

No sempre. I, en tot cas, hem de treballar perquè no sigui així. Hi ha d'haver una diferència clara entre la informació i el contingut patrocinat.

Al Report.cat, el digital del Col·legi, Roger Jiménez, president del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) i exdirector adjunt de *La Vanguardia*

deia sobre aquest tema: "Òbviament, no és periodisme".

Hi ha molts tipus de contingut patrocinat. Jo diria que tampoc és el que entenc per periodisme. És una altra cosa.

En les enquestes, l'audiència demana més temes socials. En aquesta crisi s'està parlant de sanitat, d'educació, etc. Al periodisme post-Covid es tocaran més temes socials i no tant aquest 'politiqueig' fàcil?

Ens equivocariem si no féssim això. Amb tota la modèstia del món, en els primers dies de la meua direcció, abans de la Covid-19, l'equip directiu ja va mostrar una voluntat d'apostar per temes socials i no tant pel tema polític. I en la "nova normalitat" haurà de ser la nostra màxima.

Tanmateix, quan arribes a la direcció del diari s'anuncia un canvi en el dominical, que passa a dir-se *Magazine LifeStyle*, amb una aposta pel luxe, pels estils de vida, quan històricament s'havien combinat els temes de famosos amb reportatges socials. No es contradiu amb el que dius?

No, perquè hem arribat a la conclusió que el producte del magazín de cap de setmana no era el correcte. No només nosaltres, sinó tot el sector. La idea és que el diumenge potenciem més el diari de paper i que el magazín sigui més lleuger. Molts bons reportatges del magazín passaven desapercebuts i, en canvi, si sortien al diari en paper tenien molta més repercussió. Aquesta és la nostra aposta. Malauradament, quan anava a sortir va coincidir amb el coronavirus i vam pensar que treure un producte de luxe i marques quan tothom s'estava confinat a casa era un error. I vam fer marxa enrere i el vam convertir només en digital. Estem reflexionant sobre què fem. Cal donar el millor producte possible i hem de veure en quin format.

Una de les novetats de la teva direcció és *A Fondo*, una secció d'investigació. Heu investigat, per exemple, l'Institut Nova Història. El que afecta a l'Ibex-35, la banca, la monarquia

preocupa a la gent, però no som ingenus i sabem que molts d'aquests actors sustenten els mitjans.

Hem fet el tema de Nova Història, però també el de les empreses de distribució de mascaretes i de com han funcionat els tests. Després de la pandèmia mirarem quins temes poden interessar. Has parlat

"VOLEM QUE ELS 'SEMÀFORS' SIGUIN MÉS INCÒMODES. QUE HI HAGI MÉS VERMELLS QUE VERDS, I QUE ALGUNS VERMELLS FACIN PUPA"

de les empreses de l'Ibex 35 i de la monarquia. Si tenim opció de fer-ho, ho farem. Hi ha un tema claríssim com és el del rei emèrit, per exemple. I la secció *A Fondo* tard o d'hora s'hi acabarà posant. Amb tot, s'ha de trobar una via per poder-ho investigar. I el cas Villarejo, en què hi ha involucrades empreses de l'Ibex 35, l'hem explicat. És un dels temes que encaixa perfectament en la secció.

El periodisme no s'ha tornat acomodatí i no fa por al poder?

Tens part de raó, ja que quan el periodisme està en crisi perd aquesta força. Tothom veu clar que només es pot sortir d'aquesta situació mitjançant els subscriptors de pagament, i això ens donarà una gran oportunitat per recuperar el terreny perdut.

Hem de tornar a ser un contrapoder?

Totalment. L'actual direcció de *La Vanguardia*, per exemple, volem que els 'semàfors', tot un clàssic del diari, cada vegada siguin més incòmodes. Que hi hagi més vermells que verds, i que alguns vermells facin pupa.

Al teu primer article com a director et referies a estendre més *La Vanguardia* per Espanya, una voluntat que sempre ha tingut el diari. Fa cinc mesos que sou líders en usuaris únics, ara bé, fins a quin punt això us pot fer perdre personalitat? És allò de la manta que depèn de com l'estiris tens fred per dalt o per baix.

Tens tota la raó. Aquesta és una obsessió i seria un error gravíssim si fèssim una gran aposta per ser líders a Espanya i perdéssim la nostra identitat. Som un diari de Barcelona, català, i volem ser el diari líder a Espanya, encara que no hem de renunciar a la nostra identitat, perquè els principals lectors i subscriptors són catalans.

I com s'aconsegueix això?

Doncs com ho estem fent, si és que no té gaires secrets. És el que dèiem abans: no

tot és política. Si fem una gran informació social, econòmica, internacional, lectors de Sòria, Burgos, Valladolid podran consumir aquest producte. Si ho centrem tot només en el tema polític català doncs, no podrem tenir tothom content. I en aquest tema la nostra posició ja és coneguda. Creiem que Catalunya mereix millorar la seva situació dins l'Estat autònom però, evidentment, no estem a favor de la independència de Catalunya.

Sí, però, de *La Vanguardia* dirigida per José Antich a la de Màrius Carol hi ha un canvi brusc a nivell editorial.

Ara on ens situariem exactament?

El testimoni que m'ha donat en Màrius Carol sobre la posició editorial de *La Vanguardia* en aquest tema és on em sento còmode. És la posició en què estem treballant i que ens permet seguir sent líders a Catalunya i aspirar a liderar Espanya.

Hem començat parlant de com aquesta crisi sanitària pot ser una oportunitat. Podem dir que al final

"POTSER UNA SOLUCIÓ DE FUTUR TAMBÉ SERIA DEIXAR DE SUBVENCIONAR ELS MITJANS I VEURE QUI S'AGUANTA PER ELL MATEIX"

un virus ens fa adonar de les prioritats de la professió.

Les coses que he dit vull continuar fent-les després del virus. Tinc la perspectiva

d'haver estat uns anys fora de *La Vanguardia*. Quan estàs dins d'una organització sempre penses que els altres ho fan millor que tu. I des de fora veia que la redacció de *La Vanguardia*, si bé és veritat que ha perdut molts bons periodistes, veterans que han marxat...

...no han marxat, se'ls ha fet fora.

Bé, hi ha hagut de tot. Tot i així, la gent que s'ha quedat ha fet una evolució molt positiva. I quan vaig prendre possessió vaig dir que era a la millor redacció d'Espanya. I ara, si ho tornés a dir, molts dels que en aquell moment ho dubtaven dirien que és així. El millor del virus ha estat la nostra reacció. Els companys d'*El Periódico*, d'*El País*, d'*El Mundo*, de la ràdio, etcètera, també han fet un esforç acollonant en condicions molt difícils que mai havíem viscut. I això ens ha d'animar una mica. És la millor lectura que trec del virus.

Aquests dies hi ha pancartes amb el lema "Ens en sortirem". La professió també se'n sortirà?

He intentat ser molt honest en totes les respostes. I sincerament et dic que costarà sortir-nos-en. Com a moltes professions. Ara bé, el periodisme té una gran batalla per davant, molt complicada, en la qual posem tots els ous a la cistella del pagament per continguts de la versió digital. I difícilment hi resistirem tots. Hi ha una bombolla periodística i el dia que des de l'Administració es posin d'acord per no donar ni un sol euro de subvenció a cap mitjà, tots patirem. *La Vanguardia* també.

Vosaltres heu rebut subvencions importants.

Sí, però n'hi haurà molts que no podran sortir l'endemà. No podran obrir la parafarmàcia. Potser aquesta també seria una solució de futur.

Deixar de subvencionar i veure qui s'aguanta per ell mateix?

Correcte. Ç

EL VALOR DE LA DIFERÈNCIA

Dades, idees i arguments per a la regeneració del periodisme digital

TEXT ENRIQUE CANOVACA DE LA FUENTE



Quasi un quart de segle després de l'aparició dels primers webs informatius a Catalunya i a Espanya, els editors encara busquen un model de negoci adequat a l'entorn digital. Al llibre *El periodisme digital amb valor. Claus per a la sostenibilitat econòmica de la premsa* (Aldea Global, 2019), el periodista Enrique Canovaca de la Fuente analitza els problemes vigents del sector i mostra, amb nombrosa documentació i exemples, el camí que haurien de prendre els mitjans digitals del futur. En aquestes pàgines reproduïm part del capítol dedicat a la creació de valor.

En l'època analògica, els propietaris de les xarxes de distribució de continguts tenien la capacitat per crear escassetat en el mercat: ells decidien què s'explicava i com. Quan algú volia estar informat sobre els últims esdeveniments polítics o socials, s'havia de comprar un diari, o bé escoltar la ràdio o posar la televisió. La notícia, pel sol fet de donar-la, ja tenia un valor. Els ingressos per difusió més una publicitat venuda per sobre del seu valor real van donar pas a l'època de la bombolla periodística.

Amb la disrupció digital, però, l'escenari es modifica substancialment: els diaris perden el monopoli distributiu i són incapaçs de rendibilitzar-ne la feina. L'audiència vol alguna cosa més que assabentar-se de l'última declaració polèmica d'un polític. La notícia, el cor de la professió, perd el seu valor. Es troba multiplicada per mil i qüestionada pel lector.

Des d'una perspectiva tecnològica, els continguts dels diaris digitals deixen de tenir un valor intrínsec, mentre que allò important són les connexions que el mitjà brinda al públic. Si, tal com argumenta José Manuel Noguera (*Todos, todo: manual de periodismo, participación y tecnología*, UOC, 2015), el nou escenari opera

sota les regles de la recomanació social de la informació, el valor de les connexions i l'experiència d'una comunitat activa, queda clar que s'han de modificar notablement les maneres tradicionals de fer dels editors de premsa.

Una manera de sortir de l'atzucac és optar per agrupar sota una mateixa capçalera diversos webs amb informació de nínxol o local. És el model seguit per *Nació*

AMB LA DISRUPCIÓ DIGITAL, L'AUDIÈNCIA VOL ALGUNA COSA MÉS QUE ASSABENTAR-SE DE L'ÚLTIMA DECLARACIÓ POLÈMICA D'UN POLÍTIC

Digital, que, a més d'establir aliances amb diaris digitals territorials i locals, aposta per continguts especialitzats en cultura per a joves, vins i gastronomia, motor, muntanya o música.

Ara bé, l'escenari continua sent de molta incertesa. No existeix una fórmula màgica que generi valor automàticament. Resseguint Guillermo López García (*Periodismo digital: redes, audiencia y modelos de negocio*, Comunicación Social, 2015), els mitjans s'enfronten a l'existència d'una sobreoferta que en dificulta la diferenciació, a la

cultura de la gratuïtat de la Xarxa, a una estratègia contradictòria a l'hora d'accedir a les notícies, a la manca de flexibilitat dels mitjans grans, que marquen tendència, a l'aparició de projectes de petit abast amb escassa capacitat financera, a l'obsessió per les visites i, finalment, a les pressions del públic, els anunciants i els polítics.

Avui dia, les estructures empresarials dels diaris digitals són molt més febles

que les assolides per la premsa durant la fase de grans beneficis, de manera que, davant de qualsevol imprevist, la resposta ha estat condi-

cionada per la necessitat de sobreviure a curt termini. Molts dels nadius locals que s'han multiplicat per Espanya i Catalunya se sostenen amb agulles molt fines que es poden trencar en qualsevol moment.

APOSTAR PER UN DISCURS PROPI

Els diaris digitals, a excepció dels que tenen una estructura de personal molt reduïda, no podran sobreviure només amb la publicitat en un futur immediat. En un article a *Nieman Lab*, Klies Nielsen (2017)

DUES-CENTES PÀGINES AMB CLAUS DE FUTUR

Enrique Canovaca de la Fuente és periodista, doctor en Comunicació (URV) i autor del llibre *El periodisme digital amb valor. Claus per a la sostenibilitat econòmica de la premsa*, en què al llarg de dues-centes pàgines analitza l'estat i les claus de futur de la premsa digital. El llibre forma part d'“Aldea Global”, la col·lecció que coediten conjuntament la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Pompeu Fabra, la Universitat Jaume I de Castelló i la Universitat de València. “Aldea Global” –que compta amb el Segell de Qualitat en Edició Acadèmica– edita obres sobre comunicació i tecnologies de la comunicació, amb un enfocament ampli pluridisciplinari. Tota la col·lecció està disponible en paper i en suport electrònic.



dona quatre raons força convincents. En primer terme, la rendibilitat de cada usuari únic és molt baixa i encara ho serà més quan el consum es desplaci majoritàriament de l'escriptori cap al mòbil. En segon lloc, l'ascens de la publicitat progra-

ELS DIGITALS, A EXCEPCIÓ DELS QUE TENEN UNA ESTRUCTURA REDUÏDA, NO SOBREVIVIRAN NOMÉS AMB LA PUBLICITAT EN UN FUTUR IMMEDIAT

màtica suposa que els mitjans no podran controlar directament la seva estratègia de preus. En tercer lloc, Facebook, Google i Amazon s'emporten gran part del pastís publicitari digital. I, per acabar, l'aposta per una publicitat invasiva que sigui més rendible comporta un augment de l'ús de programes de bloqueig de bàners per part dels usuaris.

Els editors s'han de trencar el cap per trobar idees que siguin innovadores i

indispensables per a llurs comunitats, que estableixin un vincle emocional durador en el temps. Han de respondre amb total sinceritat si la seva feina és imprescindible per a la societat que representen. L'exdirector adjunt d'*El País*, Lluís Bassets (*El último que apague la luz*, Taurus, 2013), té molt clar que la notícia d'actualitat “s'ha convertit en un bé monstruós o comunal a l'abast

de tothom” i que, per tant, no pot ser la base de cap proposta de valor. Més enllà del reconeixement dels companys de professió, el lector no valora suficientment que un mitjà hagi tret una primícia sobre un tema polític perquè, poc més de deu minuts després de la publicació, apareixerà en desenes de pàgines web i de xarxes socials. Llevat que l'usuari investigui, obviarà l'origen primigeni de la informació i la llegirà en aquell portal amb el qual senti més connexió emocional.

El valor diferencial d'una notícia és actualment nul, a excepció d'aquelles exclusives que es publiquen gràcies a un treball d'investigació previ. Llavors, el públic sí que reconeix l'origen del contingut perquè la informació que trobarà en altres webs no serà de la mateixa qualitat i profunditat, almenys, durant les primeres hores o dies. *Eldiario.es*, per exemple, ha basat l'estratègia de captació de subscriptors en la publicació de grans exclusives sobre la corrupció política a Espanya, amb el cas Cifuentes i la Universitat Rey Juan Carlos I com a màxim exponent. Gràcies a aquest tema, el mitjà comandat per Ignacio Escolar va guanyar més de deu mil subscriptors.

Precisament, el responsable de la comunitat d'*Eldiario.es*, José Cervera (*Periodismo 2020: más vivo que nunca*, El periodisme acosado, 2016), augurava una vida complicada per a aquelles propostes de valors que es basin en notícies d'estricta d'actualitat, “perquè és difícil fabricar rellevància del

no-res”, o en portades que “intenen acumular rellevància a partir d’un volum elevat d’informacions”. En canvi, el periodista aposta per un model periodístic de nínxol: “L’única manera d’aconseguir un producte diferent per fer-lo de pagament és abandonar el món de la notícia i de la portada, que en la pràctica significa abandonar el periodisme que opta per pocs clients a un preu molt elevat en lloc de molts clients a un preu baix”.

Tampoc no és que l’estratègia d’especialització extermini el periodisme, més aviat

LA CLAU SÓN ELS PRODUCTES DIGITALS ÚTILS, QUE ARRIBIN AL MERCAT D’UNA MANERA RÀPIDA I QUE APOSTIN PER LA INNOVACIÓ

qüestiona la manera clàssica d’exercir-lo. Perquè la informació com a servei i negoci és vigent. Els mitjans continuen tenint una influència elevada en la manera de pensar de la ciutadania. Ara bé, no són capaços de valorar la influència davant del lector perquè no l’han situada al centre de l’estratègia de negoci. La clau, exposa Franco Piccato (*Diseñar la disrupción*, 2016), és el desenvolupament de productes digitals útils, que arribin al mercat de manera més o menys ràpida i que siguin conseqüència d’una cultura empresarial que aposti per la innovació. Segons el periodista, fer-se preguntes planeres, com quines són les tasques que l’audiència necessita acomplir, quina és l’estructura i els empleats requerits per aportar solucions o quina és la millor manera

d’entregar aquesta solució, és un exercici útil per obtenir una major identificació del públic objectiu.

IDENTITAT I ACTIVISME

L’evident tendència a l’homogeneïtzació dels continguts en els diaris digitals, molt centrats en la informació política i escandalosa, fa més difícil la consecució de valor en el mercat. En canvi, existeixen altres perspectives periodístiques que es poden erigir en solucions de negoci molt bones, ja que el lector hi veuria un plus respecte

de la competència: històries de persones anònimes que reflecteixen els problemes quotidians, entrevistes en profunditat a personalitats del

món de la cultura, articles de caire històric sobre una determinada comunitat, el cobriment de problemes socials que resten amagats... Es tracta d’arribar allà on la resta no ho fa perquè no en té la voluntat o els recursos.

Segons s’explica en un article del Laboratorio de Periodismo de la Fundación

ELS MITJANS HAN DE DEFINIR LA SEVA IDENTITAT, SER TRANSPARENTS, OFERIR VALOR ADDICIONAL, ESCOLTAR LA COMUNITAT I SER MÉS ACTIVISTES

Luca de Tena (2018), els periodistes danesos Per Westergaard i Søren Schultz Jørgensen van analitzar cinquanta-quatre

diaris de nou països diferents a la recerca d’idees innovadores en el mercat periodístic, i en van extreure unes conclusions que són força útils per a qualsevol diari digital.

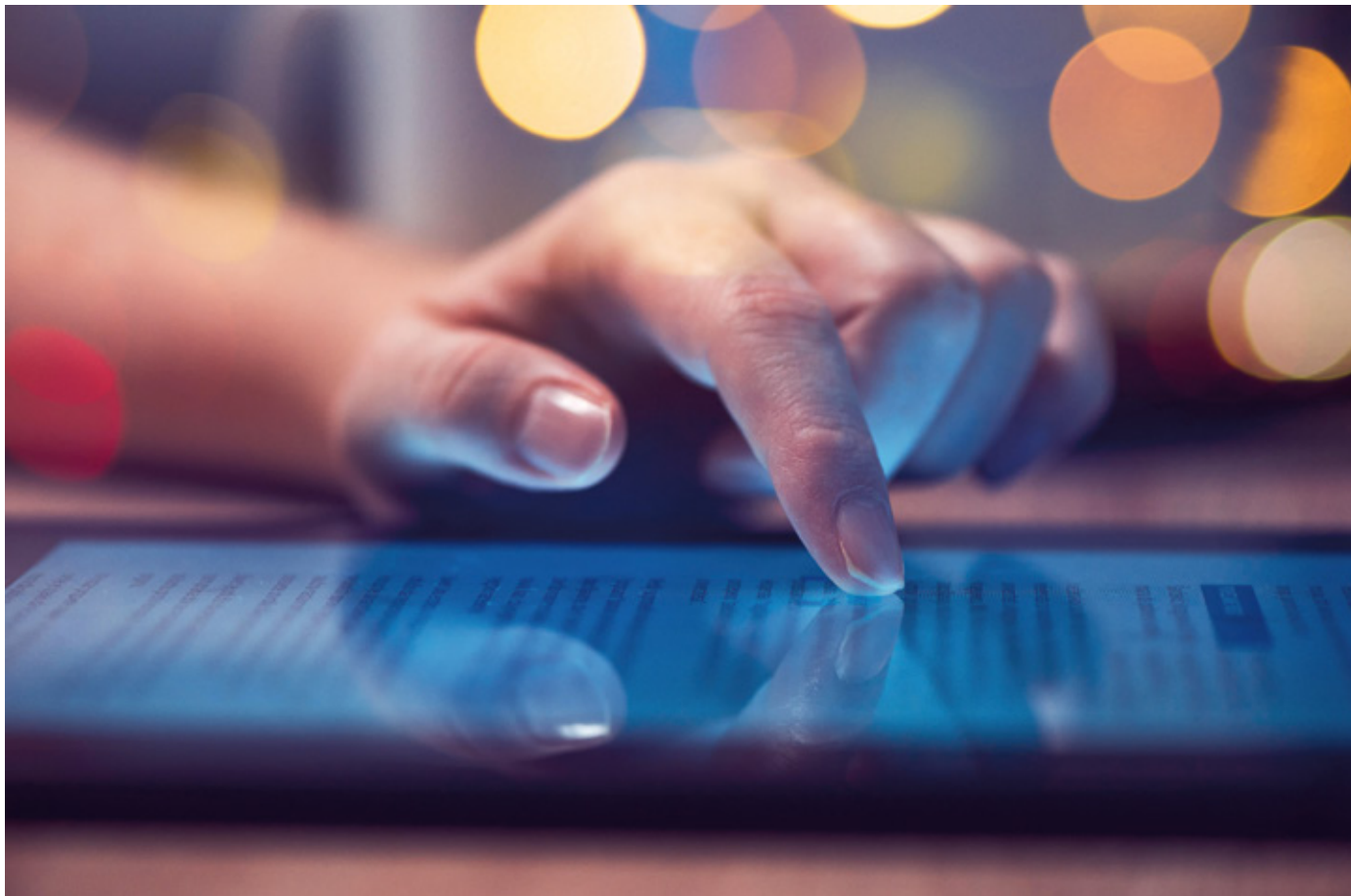
Ambdós investigadors assenyalen que els mitjans necessiten definir millor la seva identitat, han de deixar de ser tan generalistes, han d’oferir valors addicionals als seus subscriptors, han de traslladar el periodisme a espais físics, sigui amb la celebració d’esdeveniments o amb reunions obertes amb el públic, han d’escoltar la seva comunitat i ser transparents en els processos de decisió, han de fer ús de les xarxes socials no tant com a via de distribució, sinó com a model de cooperació amb el públic, han de potenciar un periodisme més constructiu, que aportï solucions als problemes de la vida diària i, finalment, han de ser més activistes en segons quins temes i no emparar-se en la neutralitat informativa.

MANCA D’INNOVACIÓ

Un estudi sobre els diaris digitals que pertanyen a l’Associació de Mitjans d’Informació i Comunicació (AMIC) de Catalunya, elaborat per Héctor Navarro, Ignasi

Coll i José Carlos Piñero (2017), de la Universitat de Vic, no detecta diferències significatives entre els diaris generalistes, territorials i temàtics, més enllà del format que adopten, l’orientació del contingut i la cobertura geogràfica. Falten idees innovadores per

Coll i José Carlos Piñero (2017), de la Universitat de Vic, no detecta diferències significatives entre els diaris generalistes, territorials i temàtics, més enllà del format que adopten, l’orientació del contingut i la cobertura geogràfica. Falten idees innovadores per



El consum de notícies digitals obliga a redissenyar el model de negoci dels mitjans. Foto: Igor Stevanovic / Alamy. Foto d'obertura: Gilles Lambert / Unsplash

apropar-se al lector perquè la majoria de membres de l'AMIC són reticents a implantar models de pagament, siguin

LES RAONS QUE, SEGONS UN ESTUDI, AFECTEN LA CREDIBILITAT DELS MITJANS RESULTEN SER LES SEGUIDES PER LA PREMSA DIGITAL

més o menys porosos, i encara conceben l'audiència com un mitjà per arribar als anunciants.

Amb tot, no s'adonen que existeixen múltiples vies per obtenir el finançament dels lectors sense aixecar murs en l'accés a la informació, sempre que s'atenguin

les seves necessitats i no tant les dels anunciants. I si un diari digital territorial o local realitzés una enquesta entre la seva audiència per detectar problemàtiques comunes i després iniciés una campanya de micromecenatge per obrir investigacions informatives

al seu voltant? Les possibilitats de generar més valor en els lectors encara s'ha d'explorar en l'àmbit local o territorial.

Del que es tracta, en primer terme, és de teixir una relació de confiança que, posteriorment, permeti a l'audiència participar en la sostenibilitat econòmica del

diari digital. Un estudi sobre el valor de marca dels mitjans, dut a terme pel Digital Content Next (2017), entitat que agrupa els principals editors dels Estats Units, i pel Reuters Institute for the Study of Journalism, assenyalava quatre aspectes per construir una relació sòlida amb el lector i són: la confirmació per diverses fonts d'una mateixa història, la reputació de la marca, la navegació fàcil i senzilla, a més de l'aplicació de criteris de predicció basats en l'experiència passada dels usuaris del web.

En el cantó contrari, la investigació assenyalava que existeixen quatre raons que posen fi a la credibilitat del projecte comunicatiu: que la història publicada sigui

falsa, que el titular enganyi, que es vegin massa anuncis durant la lectura i que l'enfocament sigui massa sensacionalista. Precisament, són les estratègies seguides per bona part de la premsa digital.

La principal errada dels editors no ha estat només permetre que es tergiversi la rea-

ÉS EL MOMENT DE SEGMENTAR L'AUDIÈNCIA I APOSTAR PER AQUELLA QUE ÉS CONSCIENT DEL VALOR DE LA FEINA FINS AL PUNT DE FINANÇAR-LA

litat des d'un punt de vista ideològic, sinó també perdre el respecte cap a l'audiència en considerar-la una mercaderia amb la qual fer negoci. L'usuari web també vol mitjans que apostin per la verificació de les informacions, per notícies basades en fets i no només en opinions i per establir una sensació de seguretat en l'ús de la informació personal.

MIRADA PRÒPIA

Es pot argumentar que no tota la comunitat de lectors comparteix aquesta anàlisi crítica de la realitat i que molts continuen mostrant fascinació cap allò morbós. Que sempre hi haurà una massa important de públic que clicarà per curiositat. Però si

els diaris digitals volen elevar el nivell cultural dels individus, aquest tipus de pràctiques haurien de quedar descartades. També és el moment de segmentar la nostra audiència: no ens interessa molta quantitat, sinó aquella que sigui conscient del valor de la nostra feina fins al punt que estigui disposada a finançar-la.

En aquest sentit, el Digital Content Next recomana enfortir dos atributs per aconseguir que tant anunciants com lectors confiïn més

en les marques mediàtiques: la connexió emocional i la identificació amb un estil i un to.

Un dels projectes acadèmics més interessants per entendre per què i com l'audiència està disposada a aportar econòmicament a un mitjà és The Membership Puzzle, fundat pel professor de la Universitat de Nova York Jay Rosen, i el mitjà holandès sense ànim de lucre *De Correspondent*. Les entrevistes profundes a més de dues-centes persones que donen suport a projectes amb el seu temps, idees, coneixements o diners descobreixen que els mitjans han d'involucrar de veritat els usuaris en el dia a dia, que els lectors esperen una transparència real i una actitud

humil, que es valora l'oferiment de notícies de qualitat que no es trobin en altres llocs web, que es demanen productes com butlletins d'informació, podcasts o aplicacions que ofereixin una experiència calmada i considerada, i que es volen projectes independents que treballin només pensant en el públic.

No obstant això, la conclusió més interessant de The Membership Puzzle és l'existència d'un perfil de lector que aporta diners a un diari digital perquè està d'acord amb l'enfocament ideològic que dona del seu entorn més proper. Són usuaris que veuen el mitjà com una eina de difusió d'uns valors amb els quals combrega i que vol que s'estenguin a altres persones de la seva comunitat. Sota aquesta premissa, és importantíssim que els editors de premsa digital treballin una mirada pròpia, sempre sense traïr els principis de veracitat i de rigor. Ç

Més informació a:

<https://puv.uv.es/aldea-global.html> ›

Web de la col·lecció "Aldea Global"

www.membershippuzzle.org ›

Web de The Membership Puzzle

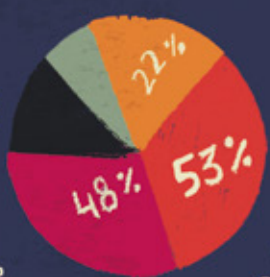




@

UEFA

UNESCO



UNESCO

gentrificació

Població



inflació

UNESCO

UEFA



EMPREMTA DE MEMÒRIA

Els recents estudis sobre com funcionen els records poden millorar l'eficàcia de la feina dels professionals de la comunicació corporativa

TEXT ELISABET CARVAJAL
IL·LUSTRACIÓ ANNA FALCÓ

En els darrers setanta anys, les recerques sobre la memòria han experimentat avenços sense precedents. D'una visió de la memòria dominada per la llei de l'associació d'idees com a motor generador, la memòria ha passat a ser considerada com el fenomen més extraordinari de la biologia. Conèixer els patrons de la memòria descoberts els darrers anys (com recordem, com oblidem, els punts vulnerables, etc.) pot esdevenir una eina útil per als professionals de la comunicació i de les relacions públiques. Uns patrons que poden optimitzar els plans de comunicació i generar una major empremta de memòria, a través de les accions, en aquells a qui s'adrecen.

La memòria, amb tota la seva meravellosa i intangible dimensió, reserva encara molts enigmes a la comunitat científica. Tot i així, en els darrers setanta anys, gràcies a la psicologia cognitiva, entre altres factors –com la iniciativa Brain Project de l'administració Obama–, s'ha avançat de manera extraordinària. Els resultats de molts estudis en matèria de memòria ofereixen

LES INVESTIGACIONS DELS DARRERS ANYS SOBRE EL FUNCIONAMENT DE LA MEMÒRIA HAN AVANÇAT D'UNA MANERA EXTRAORDINÀRIA

també claus per orientar de manera més efectiva les accions de comunicació tenint en compte com codifica, emmagatzema i recupera la informació la ment humana. Aquí es repassen alguns d'aquests coneixements amb l'objectiu d'afavorir una major intensitat del record de les accions comunicacionals.

Amb l'arribada del anys 60 i 70, apareixen conceptes com *l'arquitectura de la memòria i els nivells de processament*. I és, en aquest punt, que cal fer menció d'un concepte d'interès per a l'àmbit de la comunicació com són les *empremtes de memòria*. Tot resumint-ho, es podria dir que a més nivell de profunditat de processament, hi haurà més empremta de memòria. És a

dir: el record serà de més qualitat i més durador. La generació de la profunditat de l'empremta de memòria té lloc en el moment en què s'adquireix la informació (codificació).

Com més canals, amb diferents modalitats sensorials, s'impliquin en aquesta recollida d'informació, més s'aconseguirà estimular la memòria.

Pensem en l'exemple d'una nota de premsa elaborada solament amb elements

textuals. Ara pensem en una segona proposta i li afegim un gràfic o un diagrama de Venn, que resumeixi o il·lustri els missatges textuals aportats. Finalment, adjuntem unes fotografies pertinents. Tot i que el missatge serà el mateix en ambdues notes de premsa, en la segona –més rica en canals preceptuats– captarà més l'atenció i aconseguirà una major empremta de memòria en el receptor. En definitiva, a la memòria li agrada allò que és complex i ric en detalls i informació i amb modalitats sensorials variades.

CORBA DE LA POSICIÓ SERIAL

Aquest patró posa de manifest el que s'anomena *efecte recència*, és a dir la tendència a recordar millor els últims ítems d'una llista, i l'*efecte primàcia*, la tendència a recordar millor els primers ítems d'una seqüència. Si la memòria recorda de manera més eficient el principi i la part final d'una seqüència, no cal dir que, des



A MÉS NIVELL DE PROFUNDITAT DE PROCESSAMENT, EL RECORD SERÀ DE MÉS QUALITAT I MÉS DURADOR

d'un punt de vista comunicacional, caldrà situar els missatges essencials en aquests moments òptims.

Podríem il·lustrar la corba de la posició serial amb una U majúscula. Aquesta representació ens mostra la capacitat de retenció al principi de la seqüència quan recordem bé les paraules, regular o malament del mig i especialment bé les que estan a les posicions finals. Si pensem en algun anunci televisiu o radiofònic, es pot comprovar com és freqüent que utilitzin aquest patró per remarcar certs elements, com per exemple, el nom de la marca.

AMPLITUD DE MEMÒRIA

La ment humana és processadora d'informació i la quantitat que processa és limitada. D'aquí es deriva una altra de les característiques coneguda com "El màgic número 7, més o menys 2". Fa referència al que s'anomena l'*amplitud de memòria*. El psicòleg George Miller va establir els límits de la nostra capacitat per processar informació (en el moment de la codificació i de l'adquisició de la informació) en la memòria a curt termini, dita memòria de treball.

Miller va establir en 7 el número d'elements (lletres, números, paraules) que podem emmagatzemar en aquest tipus de memòria a curt termini, amb una variació de cinc a nou. També es poden fer agrupa-

cions de significat entre els elements. Un exemple: intentem recordar una sèrie de catorze lletres: U,E,F,A,O,T,A,N,U,N,E,S,CO. I ara, les agrupem així; UEFA, OTAN, UNESCO, L'agrupament no augmenta la capacitat de memòria però fa possible que les unitats siguin més grans.

EMOCIONS I REPETICIÓ

El paper determinant de les emocions en comunicació no són una novetat. Aris-tòtil ja s'hi referia en els tres pilars de la

LES NOTES DE PREMSA AMB GRÀFICS, DIAGRAMES I FOTOGRAFIES CAPTEN MÉS L'ATENCIÓ I ACONSEGUEIXEN UNA MAJOR EMPREMTA

retòrica: l'*Ethos*, el *Pathos* i el *Logos*. Però el cert és que, gràcies als darrers avenços científics, sabem com aquesta informació es processa a la zona de l'amígdala, al cervell, i com les emocions són un factor determinant per a la consolidació de records. "la gent no oblidada mai com l'has fet sentir", assegurava Maya Angelou, escriptora nord-americana. I ara científicament sabem que és així.

També hi ha evidències que demostren que les experiències positives es graven millor a la memòria que les negatives, i que els records impregnats d'alegria i satisfacció resulten més duradors que

els tristos. En definitiva, les emocions generen empremta de memòria i més intensitat en els records. Per tant, els comunicadors i relacions públiques han de saber fer ús d'aquesta eina i propiciar records positius vinculats a presentacions corporatives.

D'altra banda, la influència de la repetició per generar record és una eina coneguda per la comunicació publicitària. En psicologia de la memòria es parla de *repetició silenciosa* en referència al repàs mental. Aquesta acció permet mantenir activa la informació en la memòria a curt termini mitjançant l'assignació de l'atenció. D'altra

banda, també és important destacar la llei de Jost: "Quan dues associacions tenen la mateixa intensitat, la repetició n'afavorirà la més antiga".

ELS SET PECATS

Els set pecats de la memòria és el títol del llibre de Daniel L. Schacter, neuropsicòleg nord-americà, en què fa per primera vegada un repàs sistemàtic als errors de la memòria, alguns especialment interessants per al món de la comunicació.

"Confio molt menys en la memòria per als detalls i circumstàncies concretes d'allò

SISTEMES DIFERENTS I ESSENCIALS

La memòria no és un ens únic dins la ment, sinó que està formada per diferents sistemes de memòria. D'aquests, alguns guarden i retenen les experiències i els coneixements pràcticament durant tota la vida: es tracta de la memòria a llarg termini. D'altres sistemes, en canvi, només conserven la informació durant el temps que n'exigeix l'ús. Aquestes són les memòries sensorials i la memòria a curt termini o memòria de treballs. Totes aquestes són essencials per a la nostra vida.

que va passar fa temps. Aquí és on rau la part més vulnerable de la memòria. Però en canvi, funciona molt bé per a recordar el significat, l'essència, allò que és important d'una experiència. La memòria funciona molt bé per recordar l'essència d'allò que s'ha viscut, i no és tan fiable a l'hora de conservar els detalls concrets", assegurava Schacter després de la seva recerca.

La classificació de Schacter es divideix, per una banda, en els errors de la memòria

ELS DARRERS AVENÇOS CIENTÍFICS DEMOSTREN QUE LES EMOCIONS SÓN DETERMINANTS PER A LA CONSOLIDACIÓ DE RECORDS

per omisió: el debilitament de la memòria amb el pas del temps (transcurs); les errades de la memòria per distracció i manca d'atenció (distractibilitat) i el bloqueig o el fenomen de la punta de la llengua. D'altra banda, hi ha els errors per comissió dels quals en destaquen dos per la importància en el segment de la co-

ES RECORDA DE MANERA MÉS EFICIENT EL PRINCIPI I EL FINAL D'UNA SEQÜÈNCIA I, PER TANT, ÉS ON CAL SITUAR ELS MISSATGES ESSENCIALS

municació en un sentit ampli. El primer, l'*error d'atribució*, molt freqüent, i que suposa la confusió de les fonts. Es recorda correctament l'experiència, en canvi,

s'atribueix erròniament el protagonisme. En segon lloc, l'*error de suggestibilitat*, és a dir, com influent de manera planejada en una altra persona, aquesta pot arribar a creure que un fet, no real, ha passat.

LA CORBA DE L'OBLLIT

Per finalitzar, una menció a la primera recerca experimental sobre la memòria. El filòsof i psicòleg alemany Hermann Ebbinghaus demostrava, l'any 1885, que

la memòria es podia estudiar de manera experimental. Amb els seus treballs establia el patró del que es coneix com la *corba de l'oblit*, per

la seva representació gràfica. Després de vint-i-dos anys d'estudi i tests, Ebbinghaus mostrava com l'oblit o la pèrdua de la informació apresada és molt pronunciada durant les primeres vuit hores. De fet oblidem fins a un 75 % de la informació. El procés s'alenteix considerablement a partir del segon dia, de manera que

aquest 25 % restant es conserva a la memòria durant temps, dies i fins i tot mesos. Conèixer, doncs, aquesta informació pot ser útil

en comunicació corporativa per intentar planificar el percentatge de la informació que conservarà en la memòria el *target* objectiu. Ç

SOBRE L'ESCENARI

Diferents experiències en què els professionals de la informació
es barregen amb les arts escèniques

TEXT MARTÍ FIGUERAS



Els autors de *Diario Vivo* saludant la platea després d'una de les representació, en les quals aprofiten l'experiència viscuda dels periodistes. Foto: *Diario Vivo*

El periodisme no té perquè donar-se només als mitjans de comunicació. Pot tenir altres derivades com les arts escèniques, que es poden beneficiar dels coneixements i de la metodologia dels professionals de la informació a l'hora de tractar rigorosament la realitat que ens envolta. En aquest article –el millor treball del trimestre del *Report.cat*–, s'analitzen algunes experiències que ofereix la confluència entre el periodisme i la dramaturgia.

Hi ha vegades que el teatre explica històries més reals que el mateix periodisme. I és que la crisi econòmica ha expulsat alguns professionals de la informació del sector o bé els ha reubicat en una altra situació, un altre camp. I alguns han acabat treballant en projectes de creació escènica que demanen perícia per parlar de temes socials amb rigor i objectivitat.

Un d'aquests noms és el de la Teresa Turiera-Puigbó, que va treballar a Catalunya Ràdio durant molts anys. Actualment, el seu periodisme té una nova dimensió: forma part del projecte Cultura i conflicte, amb persones vinculades al món del teatre i les arts escèniques, capitanejats pel Joan Arquè. Aquesta compa-

DES DE CULTURA I CONFLICTE CREEN UNA HISTÒRIA DE FICCIÓ A TRAVÉS D'UNA INVESTIGACIÓ PERIODÍSTICA DEPURADA

nyia vol explicar històries que afecten la societat a través d'una investigació periodística depurada i, tot i acabar creant un artífici de ficció, transmetre-ho honestament i verídica. L'objectiu no és l'entreteniment, sinó la reflexió, l'empoderament del ciutadà.

Fa dos anys llargs que treballen en *Encara hi ha algú al bosc*, un projecte a tres bandes sobre la guerra dels Balcans, els abusos i les

violacions perpetrades a les dones durant el conflicte i les seves conseqüències actuals. La gènesi del projecte parteix de *Como si yo no estuviera* (Anagrama, 2001), un llibre de Slavenka Drakulic en què narra en clau de ficció el testimoni de nombroses dones violades durant la guerra. Drakulic va portar a terme un exhaustiu treball d'investigació i de cerca d'aquestes dones, les va entrevistar i el que havia de ser un reportatge va acabar sent una novel·la de ficció. La realitat era massa crua.

Quan Joan Arquè va convèncer la Teresa Turiera-Puigbó, aquesta immediatament va demanar d'acompanyar-lo a Sarajevo per tal de fer ella mateixa la feina que Drakulic havia fet vint-i-cinc anys enrere. I és que, precisament, enguany es commemora el quart de segle de la firma dels Acords de Dayton, el tractat de pau que posava fi a la Guerra a Bòsnia. “Quan vaig ser allà, vam fer entrevistes bastant *heavies*. I com que el material era de molt bona qualitat, vam decidir de tornar-hi per fer un documental”, comenta Turiera-Puigbó.

Els viatges s'han anat repetint al llarg d'aquests dos anys i hi ha estat involucrada molta gent, com ara l'Anna Maria Ricart –dramaturga que també té un passat com a periodista a Catalunya Ràdio– o l'actriu Magda Puig. De les últimes incorporacions, en destaca l'actriu Ariadna Gil. I el que en un principi havia de ser un projecte de creació escènica ha acabat mutant, “transmediant”, en dos projectes més: un documental que es

podrà veure properament al programa *Sense Fició*, de TV3, i una exposició fotogràfica sobre el procés de creació que tindrà lloc a La Model. L'obra està prevista que s'estreni al festival Temporada Alta i al TNC, però abans es podrà veure al Festival de Memòria Històrica de Sarajevo.

IMPLICACIÓ PERSONAL

La intenció de l'espectacle no és recrear-se amb la crueltat dels testimonis, sinó involucrar l'espectador d'una manera més directa. Turiera-Puigbó comenta que potser als més joves el conflicte els sona vagament, encara que els més grans el record el tenen més nítid. "La gent més gran ho recorda perquè justament aquí estàvem celebrant els Jocs Olímpics. I mentrestant, a dues hores amb avió, hi havia camps de concentració, s'assassinava gent i hi havia imatges de gent a qui se li veien les costelles com als camps de concentració nazis", afirma.

La implicació de la periodista en el projecte no és en va, ja que precisament ella va seguir la guerra dels Balcans durant l'estiu

d'aquell any, perquè era l'editora de les notícies de Catalunya Ràdio. "L'altre dia vaig recuperar un editorial en què recordava que mentre aquí comptàvem medalles, allà comptaven els morts", assegura. Així doncs, dalt de l'escenari s'entrellaçaran els testimonis de la guerra amb els records i les vivències a la Barcelona olímpica. Aquesta periodista parla d'un component mirall, de retratar com van (i vam) viure el conflicte, els d'allà i els d'aquí.

EL TEATRE DOCUMENTAL ÉS L'HÍBRID PERFECTE ENTRE L'OFICI DEL PERIODISTA I LA DRAMATÚRGIA

"Nosaltres vivíem una època rosa, la dels Jocs Olímpics i per això també expliquem el que vam viure nosaltres. No volem que sigui un espectacle en què uns estrangers expliquen com va anar la guerra", apunta. La implicació de Turiera-Puigbó no és només professional, sinó també personal. No podia ser d'altra manera. "Les dones que hem entrevistat les tinc al WhatsApp



Teresa Turiera-Puigbó i Anna Maria Ricart durant una de les entrevistes a Belgrad. Foto: Oriol Casanovas

i anem parlant. Ens diem “bon dia”, ens preocupem per com estan i els estem dient com va el projecte, que hi estiguin integrades”, explica.

FORMAT VETERÀ

Tant l'ofici del periodista com el del dramaturg demana implicació. I l'hibrid perfecte entre ambdues figures acaba prenent forma en el teatre documental. Moltes companyies i creadors han fet el que és millor per explicar històries que parteixen de l'actualitat més polèmica. Un bon exemple de casa nostra és la companyia La Conquesta del Pol Sud amb obres com *Nadia*, *Claudia* i *Raphaëlle*.

Aquest format, però, no és nou. Quan Peter Weiss va estrenar *La indagació* el 1965, el teatre europeu va entrar en una nova dinàmica. L'obra en qüestió narrava d'una manera freda, sense escenografia, la successió de declaracions dels responsables del camp d'extermini d'Auschwitz. L'impacte dels testimonis en la societat alemanya va ser enorme. Va ser el primer cas del que anys després s'anomenaria com a *teatre Verbatim*, que parteix d'un material publicat i que acostumen a ser transcripcions literals de judicis.

Un dels millors exponents d'aquest tipus de teatre és Jordi Casanovas, qui està triomfant a Madrid amb *Jauria*, que parteix de la transcripció literal del judici de La Manada. Com el cas

JORDI CASANOVAS ESTÀ TRIOMFANT AMB JAURIA, QUE PARTEIX DE LA TRANSCRIPCIÓ LITERAL DEL JUDICI DE LA MANADA

Ruz-Barcenas, obra sobre el judici a l'extresorer del PP. Casanovas parteix d'un material “tan autèntic que no necessito un treball d'investigació periodística, sinó d'investigació dramaturgic, crear un interès teatral i dramàtic en unes peces que ja tenen un interès periodístic o documental”.

Amb tot, aquesta manera d'arribar a la realitat periodística per crear una dramaturgia no és l'única. Hi ha hagut molts autors –Llàtzer García amb *No m'oblideu mai* n'és un bon exemple– que han anat directament a les fonts i, fent el paper de periodistes, han entrevistat els testimonis i les seves respostes han generat el material que l'interpret recitarà a l'escenari. Fins i tot n'hi ha qui busca recrear la veu, els gestos i la mirada dels mateixos testimonis. El compromís amb la història, en partir d'algú tan present, demana una interpretació molt més viva i veraç.

Ben aviat Casanovas començarà una pròpia investigació periodística per treure material per a una nova obra sobre el conflicte de llengües entre el català i el castellà. Tot i així, no té intenció

d'exercir essencialment de periodista. Ell seguirà buscant la manera de transformar els codis teatrals per tal que allò que s'escenifiqui sigui més versemblant. “Hi ha una part de públic que demana nous materials, que en reformuli el codi, el codi que pacta al teatre per recuperar l'emoció, viure una experiència única. Surten una mica desencantats de la ficció i en la no-ficció hi troben aquest pacte nou que torna a donar sentit al fet d'anar al teatre”, afirma.

PERIODISTES A ESCENA

Tanmateix, d'això també tracta el projecte que va iniciar François Musseau, amb l'objectiu de transmetre experiències periodístiques des d'un escenari. Aquest corresponsal francès de *Libération*, que viu i treballa a Espanya des de fa vint anys, va iniciar fa dos anys i mig el projecte *Diario Vivo*. El projecte no és original sinó que replica el que ja s'ha fet a França i als Estats Units amb el *PopUp Magazine* i el *Live Magazine*, respectivament. Fa dotze anys, dos periodistes de San Francisco, Douglas McGray i Chas Edwards, van pujar a l'escenari i es van plantar davant un micròfon per explicar històries basades en les seves experiències periodístiques. Buscaven trobar nous formats periodístics. La idea va anar quallant i van començar a omplir escenaris de tot el país.

Musseau, però, va tenir el primer contacte amb aquest format a França i ràpidament va tenir clar que havia de muntar quelcom semblant a Espanya. “El que hem fet és una revista generalista, amb seccions d'investigació, oci, nacional, internacional, justícia, medi ambient, etc. És com descobrir una revista si bé, en comptes de fullejar, l'escoltes assegut en una butaca al teatre mentre van passant una història darrere l'altra”, explica.

Els protagonistes no són actors, sinó periodistes que narren aquelles històries que han viscut quan exercien la professió, històries que hi ha darrere les notícies. Aquest format torna a posar el periodista en una situació que havia perdut, el de narrador d'històries que no sols ens informa, sinó que també ens afecta emocionalment. “Estava cansat de les pantalles, de la distància, d'explicar coses a través d'Internet. Sempre m'he sentit frustrat per no saber quin impacte tenia el que jo explicava als meus lectors. Vaig voler recuperar la conversa més directa, com un periodista pot veure el seu lector reaccionant a la notícia, la crònica o reportatge que està escrivint”, afirma.

Així doncs, hem passat del periodista que investiga i contextualitza per aixecar una dramaturgia a partir de les dades recollides a, directament, pujar a l'escenari i convertir les vivències d'un mateix en un fet noticable, un relat que emocionï. El *Diario Vivo* –amb seu al Teatre Alcázar de Madrid–, ja han realitzat dotze espectacles i en tots ha omplert el pati de butaques. Fins i tot han anat de gira per diversos teatres de l'estat. A la tardor, tenen previst aterrar per primer cop a Barcelona. De moment, compten



El projecte *Diario Vivo*, que té la seva seu al Teatro Alcázar de Madrid, està sent un èxit i fins i tot ja han anat de gira per l'Estat. Foto: *Diario Vivo*

amb periodistes com Iñaki Gabilondo, Ramón Langa, Soledad Gallego-Díaz o Gonzo, entre altres. “Són mirades úniques, originals. El públic ha d’entendre que només aquesta persona pot explicar aquesta història així, perquè té la validesa i la legitimitat.

A *DIARIO VIVO* ELS PERIODISTES ES PLANTEN DAVANT UN MICRÒFON PER EXPLICAR HISTÒRIES BASADES EN EXPERIÈNCIES PERIODÍSTIQUES

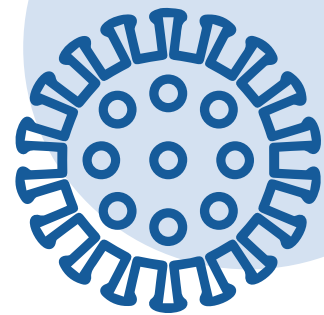
És un periodisme amb emoció, en escena, sense intermediació, entra directe i no es grava”, explica.

L’experiència de *Diario Vivo* és en directe, sense artificis. No són actors que interpreten sinó els protagonistes reals dels fets relatats. Sense cap intervenció dramàtica. Els organitzadors

de *Diario Vivo* només contacten amb els periodistes, escolten les històries que volen explicar i les situen en el context de la revista, en el seu ordre. Ara bé, la responsabilitat sobre el relat, sobre cada paraula que es digui a l’escenari, és únicament del periodista. L’experiència teatral, en aquest sentit, és molt més viva. “Volem l’autenticitat, ells mateixos. Fins i tot és millor si un és tímid, si hi ha silenci, si s’expressa malament, perquè resulta més autèntic” argumenta Musseau.

Diario Vivo no traurà de pobre cap periodista, però almenys ajudarà a dignificar-ne els que busquen una oportunitat per explicar aquelles històries que no han pogut publicar. Mentrestant, alguns altres periodistes ja estan buscant la manera de poder aportar el seu ofici al sector de les arts escèniques, amb tanta necessitat de noves i vivencials experiències, de relats que provoquin l’espectador, que despertin noves maneres d’entendre la realitat que ens envolta. Ç

Cuida la teva salut emocional a través de l'app **GestioEmocional.cat**



A l'aplicació **GestioEmocional.cat** pots:

- / Avaluar el teu **estat emocional** a través d'un test.
- / Rebre **suport emocional** per part d'un **professional de salut mental**.
- / **Accedir a recursos i eines** per a la millora dels teus símptomes.
- / **Rebre indicacions i consells** sobre què cal fer en cada situació.



/ Hi pots accedir a través d'aquest enllaç

GestioEmocional.cat

#EnsEnSortirem

Pots trobar més informació sobre salut emocional a canalsalut.gencat.cat/coronavirus

Dossier
Periodisme i Covid-19



LES LLIÇONS DE LA COVID-19

El periodisme s'enfronta a un dels majors reptes
de la seva història

El coronavirus està afectant greument nombrosos sectors de l'economia mundial, i el periodisme no sortirà immune del daltabaix. Són moltes les lliçons que es poden extreure de la crisi sanitària actual i, tal com apunten diferents periodistes consultats, queda bastant clar que en la professió hi haurà un abans i un després d'aquesta pandèmia.



TEXT JORDI ROVIRA

El 5 d'abril, *La Vanguardia* publicava una anàlisi de Yuval Noah Harari –autor del best-seller *Sàpiens. Una breu història de la humanitat*– sobre el coronavirus en què només començar ja deixava ben clar la importància del que estem vivint. “La humanitat s’enfronta a una crisi mundial. Potser la major crisi de la nostra generació. Les decisions que prenguin els ciutadans i els governs en les pròximes setmanes modelaran el món durant els propers anys. No només modelaran els sistemes sanitaris, sinó també l’economia, la política i la cultura”.

Igual que Harari, la professió periodística també té clar que aquesta crisi afectarà de ple uns mitjans que tot just s’havien refet de la recent crisi econòmica. “A simple vista, –assegura Josep Carles Rius, exdegà del Col·legi de Periodistes– per als mitjans de comunicació, el més complicat és sobreviure als efectes de la pandèmia. Però en el fons és entendre i estar a l’altura dels nous paradigmes. Mai ens havíem enfrontat a una amenaça com la que representa la Covid-19. D’aquí l’extraordinari impacte emocional que ens provoca, la sensació de por davant la incertesa. No sabem fins a quin punt pot arribar la pandèmia, ni la crisi econòmica que ja ha provocat. El més difícil per a les persones, i també per als mitjans de comunicació, és reposar-se, aixecar la mirada, i pensar en el món que seguirà al coronavirus”.

UN HORITZÓ MÉS PRECARI

Ara bé, quin món vindrà després de la Covid-19? El que sembla més clar és que serà més precari. Una precarietat que ja s’ha fet notar durant la pandèmia. “El

coronavirus ha fet que la gran majoria de periodistes hagi hagut de treballar més, amb menys mitjans, i per menys diners”, adverteix l’Albert Om. I el futur no sembla gaire millor. “Suposo que serà tot més precaritzat. Ja s’està veient a molts mitjans, en què han abaixat els sous i han retallat plantilles”, afirma Ricard Ustrell.

El que s’ha vist és que els principals grups periodístics espanyols (Prisa, Unidad Editorial, Vocento, Godó i Moll), entre altres, han anunciat ajustaments de plantilla i EERTO, que els freelance han vist caure fei-

TOT APUNTA QUE, DESPRÉS DEL CORONAVIRUS, A LES REDACCIONS S’IMPOSARAN MANERES DE TREBALLAR MOLT MÉS FLEXIBLES

nes i col·laboracions o que ha tancat una capçalera veterana com *Rockdeluxe*. I això és l’inici. “Només una cosa és segura: la professió patirà encara més la precarietat. Tancar un mitjà de comunicació costa molt. Sol ser l’últim recurs, perquè és dolorós que desaparegui una capçalera. Per això, suposo que molts intentaran sobreviure retallant plantilles, rebaixant sous o reduint col·laboracions. No venen temps gaire esplèndids”, pronostica Om.

AUGMENT DEL TELETREBALL

El teletreball ha estat un dels símbols del confinament i segons el Banc d’Espanya, quan el virus quedi enrere podrien utilitzar-lo prop d’un 31% dels treballadors. “La pandèmia ha demostrat que es pot treballar de manera molt diferent a com ho fèiem fins ara”, assegura Ismael Nafria,

director de *National Geographic España* i editor del newsletter *Tendenci@as* sobre el món de la comunicació. “S’han publicat diaris i revistes amb tot l’equip treballant des de casa i creant o potenciant noves vies de comunicació, d’intercanvi d’informació, de presa de decisions, etc.”, explica. Nafria, autor del llibre *La reinvençió del New York Times* (2017), destaca que aquest rotatiu nord-americà ha anunciat que els seus periodistes no tornaran a la redacció, com a molt aviat, fins al 8 de setembre.

“Mentrestant, la direcció estudiarà les millors pràctiques professionals per al futur. Està bastant clar, crec, que s’imposaran maneres de treballar molt més flexibles, i això també pot ajudar a la captació o a la retenció de

talent, un aspecte que, tenint en compte el model de negoci cap al qual anem, serà un assumpte encara més essencial que fins ara”, pronostica.

Albert Om també aposta per la flexibilitat. “M’agradaria que aquesta crisi ens hagués fet veure que una part important de les plantilles no cal que estiguin vuit o deu hores al dia en una redacció, a davant d’una gran pantalla d’ordinador que els allunya dels altres periodistes. Les redaccions, com a punt de trobada, d’intercanvi, d’anar a fer el directe de ràdio o de televisió, però no com a oficines per fitxar a l’entrada i a la sortida. La creativitat i les bones històries són a fora”, afirma.

Per la seva part, l’Antoni Bassas lamenta les limitacions pròpies del confinament. “Ens ha furtat trepitjar el carrer, la conver-



El confinament ha suposat alterar la dinàmica diària tant personal com professional. No només ha buidat carrers sinó també redaccions. Foto: Alamy

sa de redacció que és la sal de la vida i on neixen les idees que acaben fent gran el

LA PANDÈMIA HA DEMOSTRAT QUE LA PROFESSIÓ POT TREBALLAR DE MANERA MOLT DIFERENT A COM HO FÈIEM FINS ARA

diari. Hem perdut la intimitat de l'*off the record* i la frescor de la conversa espontània, aquella que es fa abaixant la veu: qui vol dir res compromès a una pantalla després d'haver vist tantes històries de converses privades que han acabat sent públiques? La pantalla bloqueja el llenguatge no verbal i fa desaparèixer l'espai compartit: dues persones cara a cara a la Xarxa són com els dos estranys de la nit de Sinatra: no saben ben bé com posar-s'hi. Sortosament, no hi ha res com els ulls, les mans, la pell. Encara", assegura.

Malgrat aquestes limitacions, els avantatges que ofereix la tecnologia actual sembla que han arribat per quedar-s'hi. "L'ús de les videoconferències s'ha normalitzat d'una manera espectacular, fins i tot

a la televisió, on fins ara semblava que no es podien fer servir", argumenta Vicent Partal, director de VilaWeb i president del secretariat de l'European Journalism Center.

LA GRAN PARADOXA

Una altra de les lliçons d'aquests mesos sorgeix fruit d'una gran paradoxa. I és que molts mitjans, com les televisions, han vist créixer molt les audiències (la consultora Barlovento xifrava l'augment de consum

televisiu espanyol en un 40%), en canvi, la dràstica retallada de la publicitat (un 75-80% segons l'Asociación de Medios de Información) deixava les cadenes en una situació molt delicada. Tan delicada que el Govern espanyol va destinar quinze milions d'euros a les televisions privades per pal·liar l'impacte del coronavirus. Uns ajuts polèmics que inclouen Mediaset i Atresmedia, els mitjans més rendibles d'Espanya.

En la premsa escrita s'ha donat una paradoxa semblant. Més lectors que mai si bé amb uns ingressos publicitaris en caiguda lliure. Per contra, els mitjans amb una comunitat de subscriptors de pagament han suportat millor el cop. "En l'aspecte publicitari ho estem passant malament, igual que la resta de mitjans, tot i així, hem trobat una taula de salvació en els nostres lectors. Ens han respost de manera excepcio-

onal”, reconeixia Ignacio Escolar, director d’*Eldiario.es*, durant un col·loqui organitzat per la Unió de Periodistes Valencians. I és

L'ÚS DE LES VIDEOCONFERÈNCIES AQUESTS DIES S'HA NORMALITZAT FINS I TOT A LA TELEVISIÓ, ON ABANS EREN POC HABITUALS

que en dos mesos han passat de 36.000 a més de 53.000 socis. Un suport que els ha permès esquivar mesures dràstiques. “Hem retallat els sous més alts de la redacció, però no hem fet ERTO ni acomiadaments”, explicava.

No han estat els únics. L’*ARA* ha augmentat un 43% les subscripcions durant la pandèmia —els ha coincidit amb una

campanya per la subscripció— i, a l'altra banda de l'Atlàntic, també s'ha donat el mateix fenomen. “Les subscripcions digitals —o

les aportacions de membres— han crescut en molts casos. Entre els més significatius hi ha el cas de *The New York Times*, que durant els primers tres mesos de 2020 va guanyar 587.000 nous subscriptors digitals i ja supera els cinc milions. És el guany

més important en un trimestre des del llançament de les subscripcions digitals l'any 2011. I això va passar tot i oferir la informació sobre el coronavirus gratuïtament”, explica Nafría.

“Crec que aquesta crisi consolidarà sobretot les tendències que s'apunten ja els darrers anys. Serà un cop molt dur per la part de la indústria que es basa en el paper, i reforçarà tot el que té a veure amb el món digital”, pronostica Partal. “Dins el món digital —afegeix— crec que reforçarà els models de negoci basats en la informació de qualitat i la subscripció. Els mitjans com VilaWeb, que ens basem



RESTRICCIONS ENORMES

“Em resulta complicat endevinar com canviarà la nostra professió, però el que estic començant a veure no m'està agradant”. Aquestes paraules d'Alberto Estévez, responsable del Grup de treball de Fotoperiodistes del Col·legi de Periodistes i editor gràfic de l'Agència EFE, després de diverses setmanes al peu del canó cobrint la crisi de la Covid-19 resumeixen l'estat d'ànim de molts fotògrafs.

“Espero equivocar-me i que sigui una qüestió temporal lligada a l'estat d'alarma, si bé les restriccions que hem tingut i continuem tenint per fer la nostra feina són enormes. Al carrer hem treballat sense grans problemes, però tota la resta ha estat vedat. Ha estat molt difícil aconseguir accés, per exemple, a hospitals. Mai en la meua carrera he hagut de fer tantes gestions per a tot. Aquesta sensació de no voler ensenyar el que passava ha resultat molt frustrant”, admet.

Davant les queixes dels fotoperiodistes en aquest sentit, el 20 d'abril, el Col·legi de Periodistes i el Sindicat de Periodistes feien públic un manifest conjunt reclamant a les administracions que facilitessin la feina dels periodistes gràfics que intentaven captar imatges del que succeïa en molts centres públics.

“Un altre aspecte que em preocupa molt és l'auge dels gabinets de premsa. Sense tenir res en contra i entenen la seva tasca, em preocupa que la informació dels gabinets sigui l'única realment accessible”, apunta Estévez, que recorda que aquests dies les imatges del president Torra les ha distribuïdes el servei de premsa de la Generalitat, com ha passat al Parlament. L'únic ple celebrat —en el qual s'aprovaren els pres-

supostos de la Generalitat— tan sols hi va entrar el fotògraf oficial de la cambra. “Els vaig oferir la infraestructura d'EFE per realitzar un pool, però s'hi van negar. Això em sembla molt perillós. Un gabinet de premsa no és independent i la informació està filtrada. Cal que mitjans independents i veraçs, encara que sigui a través d'un pool, també hi puguin accedir. No vull dir que la informació que ens faciliten els gabinets estigui manipulada, encara que òbviament mai facilitaran imatges que no agradin a la institució”, afirma Estévez.

Aquest veterà fotògraf també observa amb preocupació com la “distància social” que es demana constantment des de les autoritats acaba limitant la presència de fotoperiodistes en actes socials i, per això, critica les restriccions que sembla ser que els fotògrafs patiran als camps de futbol quan es

“ELS FOTÒGRAFS MOLESTEM I ARA TENEN UNA EXCUSA PER DESEMPALLEGAR-SE DE NOSALTRES” Alberto Estévez, EFE

reprengui la competició. I és que es va filtrar que la intenció de La Liga és que ells mateixos distribueixin les fotografies. “Em sembla perillósíssim que emparant-se en la crisi sanitària s'aprofiti per limitar l'accés de fotògrafs en actes públics”, adverteix.

“Això és potser el que més em preocupa, la limitació d'accés que ja estem vivint i que sembla que es pot prolongar més enllà de la crisi sanitària. Els fotògrafs, en general, molestem i sembla que ara tenen una excusa per desempallegar-se de nosaltres”, alerta.

DESINFORMACIÓ HISTÒRICA

La incertesa és una de les causes de la proliferació de *fake news*, i la pandèmia de la Covid-19 ha generat una gran incertesa i, per tant, moltes mentides. “No només lluitem contra una epidèmia, sinó també contra una ‘infodèmia’”, assegurava Tedros Adhanom Ghebreyesus, director general de l’OMS a mitjan febrer, en referència a les notícies falses que “es propaguen més ràpid i més fàcilment que el virus”.

El 3 de maig, la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes feia un comunicat amb motiu del Dia Mundial de la Llibertat de Premsa en què s’apuntava en aquest sentit. “La pandèmia que estem vivint a causa de la Covid-19 posa de manifest que el dret de la ciutadania a obtenir informació veraçés absolutament essencial. En un entorn que afavoreix la desinformació, la necessitat d’accedir a informació elaborada amb el rigor de la metodologia periodística, esdevé imprescindible”.

en els ingressos dels subscriptors, i altres diaris semblants, aquestes setmanes hem

MENTRE LA PUBLICITAT HA CAIGUT EN PICAT, LES COMUNITATS DE SUBSCRIPTORS DELS MITJANS HAN CRESCUT I ELS HAN DONAT UN BALÓ D’OXIGEN

viscut un augment molt important de nous subscriptors, mentre que la publicitat basada en GoogleAds s’ha desplomat, posant en qüestió el ‘model pescaclics’”.

REFORÇ DEL PAGAMENT

Així, doncs, la Covid-19 ha reforçat l’aposta per la subscripció de pagament, un canvi de model de negoci que fa anys que s’està coent. “Hi ha set d’informació de qualitat, que expliqui el present i orienti el futur. Premi per als mitjans que van arribar al confinament amb la confiança de la societat en general, perquè d’ells han sigut els lectors i espectadors. Potser ho fa que vaig cofundar l’ARA i que hi treballa, però vull pensar que el virus ha servit per explicar, encara de manera tan pràctica com dolorosa, el que volíem dir amb ‘la informació de qualitat no pot ser de franc i s’ha de pagar’”, afirma Bassas. “El més complicat és ser responsable. I convèncer el nombre suficient de ciutadans perquè donin suport a aquest acte de responsabilitat”, afegeix Rius

Per tot això, el virus ha reforçat la tendència del pagament. “Ja s’ha vist de manera molt clara durant les primeres setmanes

EL PERIODISME DE QUALITAT BASAT EN EL CONTINGUT DE PAGAMENT SURT CLARAMENT REFORÇAT D’AQUESTA CRISI

del confinament que, en l’activitat digital, els mitjans tindran una dependència molt més forta dels ingressos que puguin arribar dels usuaris”, augura Nafria, que creu que “quan la situació es normalitzi una mica, molts mitjans —especialment els

diaris, les revistes i els digitals— estan plantejant-se un futur en què el pes de la publicitat en el negoci sigui menor”. Sobre aquesta tendència cap al pagament per continguts, l’Albert Om va un pas més enllà. “És un desig, suposo que més a mitjà

termini: l’*Spotify* de la informació. Molta més gent pagaria pel bon periodisme, si els ho posem fàcil. En comptes d’abonar una subscripció diferent a cada mitjà que t’interessa, que et poguessis subscriure a una plataforma on ho trobessis tot. Tal com passa amb la música”.

EL FACTOR ÈTIC

En comparació amb la crisi del 2008, Rius té clar que hi ha diferències. “L’anterior crisi va ser pitjor. La crisi de la premsa que va fer eclosió l’any 2008 té, entre les múltiples causes, un ‘factor ètic’. En aquell cas, els ciutadans van percebre que la premsa havia renunciat a la principal funció: la de reflectir la realitat de manera honesta, crítica i amb voluntat de veracitat i d’independència. Van veure que moltes empreses editores havien abandonat la funció social per atendre els propis interessos. D’aquí l’existència d’una crisi de credibilitat i de confiança entre els diaris i els lectors”.

“Si la crisi del 2008 tenia un ‘factor ètic’, —afegeix— les alternatives per regenerar el periodisme necessitaven basar-se, també, en el ‘compromís ètic’. D’aquí van néixer nous diaris digitals que van donar lloc a un nou ecosistema mediàtic. Una part rellevant d’aquest nou ecosistema està format per diaris que

posen l’accent en els valors que incideixen en la credibilitat, i que han de servir per recuperar la confiança dels lectors”. “I de la ‘crisi ètica’ també van venir canvis en les direccions de diaris com *La Vanguardia*, *El Periódico* i *El País*. I revoltes professionals



Més enllà de les fotografies als sanitaris que sortien al carrer, les imatges de dins dels hospitals sovint han estat difícils de fer. Foto: Pablo Miranzo / Alamy.

en alguns mitjans públics”, recorda. “Però aquesta vegada –afegeix–, a diferència del 2008, estem més ben preparats. Tenim instruments, diaris i xarxes cíviques, per

LA CRISI SANITÀRIA OFEREIX L'OPORTUNITAT PERQUÈ L'AGENDA MEDIÀTICA SE CENTRI MÉS EN ASPECTES COM LA SANITAT O L'EDUCACIÓ

fer front als que manipulen, distorsionen o enganyen. De nou el ‘factor ètic’ torna a ser la clau i, ara, una part significativa de la ciutadania n’és conscient. L’anterior crisi va crear anticossos que ara han de demostrar una capacitat de resistència”.

Finalment, Rius també incideix en com la Covid-19 pot afectar l’agenda mediàtica. “El coronavirus canvia la jerarquia de les nostres preocupacions. La crisi hauria

de servir per posar l’accent en què ens uneix per sobre dels vells enfrontaments i divisions que han alimentat partits polítics i molts mitjans de comunicació. És una

gran oportunitat per fer l’exercici de posar-se en la pell de l’altre i per reivindicar la importància de la solidaritat, la sanitat pública, l’educació inclusiva i la dignitat en el treball. Alguns mitjans ja apostàvem per aquests valors, pels drets essencials, abans de la pandèmia. No ens ha agafat a contrapeu”, assegura.

Set anys enrere, Rius va crear la Fundació Periodisme Plural, que ha produït mitjans com *El Diari de la Sanitat*, *Catalunya Plural*, *El Diari de l’Educació* o *El Diari del Treball*. “Ha estat un camí difícil, especial-

ment a Catalunya, perquè durant aquests anys tots els focus, de la política, dels mitjans i d’una part considerable de l’opinió pública, han estat centrats en altres objectius. Tots els diaris que hem fet par- teixen de la convicció que el periodisme també és un servei a la comunitat, i que té la responsabilitat cívica de contribuir a la defensa dels drets essencials”, conclou.

Són moltes, doncs, les lliçons que es poden extreure d’aquests mesos estranys, inèdits i tristos. I és que la gravetat dels fets supera l’àmbit nacional i l’interès estrictament professional. “Un episodi que s’ha emportat la vida d’uns 11.000 catalans i que ha afectat sense excepció tots i cadascun dels ésser humans d’aquest planeta sense que importi la nació en què viuen és molt més que la notícia de l’any, és la història de la nostra vida”, conclou Bassas. Ç

Dossier
Periodisme i Covid-19



REFLEXIONS ENMIG DE LA TEMPESTA

Crònica del cicle "Converses confinades",
que analitza l'ofici en plena pandèmia

Les trobades virtuals s'han incorporat al nostre dia a dia. Enmig de la Covid-19, el Col·legi de Periodistes ha organitzat "Converses confinades", un cicle exclusiu pels col·legiats en què professionals de la informació reflexionen sobre com han viscut la crisi sanitària. També ha permès que centenars de col·legiats intercanviïn impressions sobre el periodisme en un moment d'incertesa que tot apunta que ha arribat per quedar-s'hi. Aquesta és la crònica de les quatre primeres converses.



TEXT FRANCESC FARRÉ

El periodisme i la comunicació són un dels molts sectors que s'ha hagut d'adaptar a una nova realitat des de l'inici del confinament. Però es pot exercir des de casa? Quin paper estan tenint els mitjans de comunicació durant la pandèmia? Quin és el futur de la premsa local? El cicle "Converses Confinades", organitzat des del Col·legi de Periodistes ha volgut trobar les respostes a aquestes preguntes amb les opinions de diferents reconeguts professionals del nostre país. El cicle, un servei exclusiu pels col·legiats, ha despertat força expectació, ja que més de 350 col·legiats han assistit a les quatre primeres xerrades.

L'HORA DELS EXPERTS

La primera sessió va tenir lloc el 15 d'abril i va reunir els col·legiats Jordi Basté, editor d'*El Món* a RAC1, i Cristina Puig, presentadora del programa *Preguntes Freqüents* de TV3. "Tinc una amiga que somia amb les pantalletes del Zoom" avançava Jordi Sellas, periodista i moderador de la conversa virtual, abans d'entrar en detall i preguntar-los sobre la primera vegada que havien parlat sobre el coronavirus de la Covid-19.

"No ho recordo, però sí que recordo el dia que van dir de no anar a l'escola i la suspensió del Mobile World Congress.

"AL SUBSCRIPTOR L'HEM DE MANTENIR AL FOCUS A TRAVÉS DELS MURS DE PARTICIPACIÓ PERQUÈ SE SENTI PART DE LA COMUNITAT" Esther Vera, ARA

En aquests dos moments, vaig pensar que aquí n'hi havia una de grossa", confessava Basté. Puig i l'equip del *FAQS* tornaven de

rodatge de Roma quan es va conèixer el primer cas de coronavirus a Catalunya. "Aquell 25 de febrer no ens hauríem imaginat on som ara. Vam menystenir el virus i ara ens ha posat al nostre lloc" reconeixia Puig.

Els dos periodistes van posar-se d'acord en el fet que la pandèmia ha sacsejat el periodisme. La presentadora del programa de TV3 admetia que els periodistes havien

"TOTS HEM FET UN PAS ENRERE, FINS I TOT ELS TERTULIANS. PARLAR DE CIÈNCIA NOMÉS HO POT FER QUI REALMENT EN SAP" Jordi Basté, RAC1

hagut de preguntar sobre coses que desconeixien. "Està bé reconèixer que no en tens ni idea", admet. En aquesta línia, Basté afegia que "tots hem fet un pas enrere, fins i tot els tertulians. Parlar de ciència només ho pot fer qui realment en sap". En referència a professionals de la salut com Oriol Mitjà, Magda Campins o Antoni Trilla.

Per concloure la conversa, Sellas va traslladar les preguntes dels col·legiats, que van permetre conèixer l'agenda informativa. "Aquest 2020 tot es mourà al voltant del virus, les conseqüències i les causes. Tot i

que anirem entrant temes com el "virus de la corona" o les pròximes eleccions al Parlament de Catalunya" deixava clar Jordi Basté. "Els

periodistes som essencials perquè hem de ser allà per informar, però el periodisme se'n ressentirà molt. Canviarà la manera

de fer periodisme i serà excusa per canviar condicions i abaixar el sou", advertia Puig.

REDACCIONS BUIDES

Els protagonistes de la segona conversa, que es va celebrar el 22 d'abril, van ser Esther Vera, directora del diari ARA; Jordi Juan, director de *La Vanguardia*, i Anna Cristeto, directora d'*El Periódico* de Catalunya. Carles Prats, periodista de TV3, i membre de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes, va moderar la conversa i va recordar que

"en situacions com aquesta es demostra la importància i la necessitat del periodisme per facilitar la informació d'una manera veraç i contrastada seguint el Codi deontològic del Col·legi".

La pandèmia ha regirat la manera de treballar dels periodistes tal com confirmen tots tres directors. "Hem canviat moltes coses internes i hem creat noves seccions, però fem igualment les reunions del consell editorial i de les seccions de manera telemàtica", apuntava Jordi Juan. A la redacció d'*El Periódico*, es va haver d'elaborar un pla de contingència per adaptar-se a la situació en només dos dies, va exposar Cristeto. En canvi, Vera afirmava que a l'ARA es va aconseguir "que només tres o quatre persones, com a màxim, anessin a la redacció de dilluns a divendres, si bé la redacció està buida el cap de setmana".

Cristeto lamentava que "tot s'alenteix una mica més per WhatsApp" i reconeix que s'ha perdut "frescor i facilitat" a l'hora



De dalt a baix i d'esquerra a dreta, Susanna Cases, Eva Arderius, Xavier Abelló, Montse Sanou, Anna Puig i Joan Cal a la sessió del passat 28 d'abril.

de comunicar-se. Per a Esther Vera, la versatilitat “ha estat clau per sortir de la situació”. Seguidament, Juan opinava que “el teletreball té coses bones, encara que els periodistes han de ser al lloc on passen

“TENÍEM PART DEL PERSONAL FORA DE LA ZONA CONFINADA I ELS ALTRES FÈIEM TORNS PER NO COINCIDIR A L'EMISSORA” Montse Sanou, Ràdio Igualada

les coses i això no ho pot substituir ni una videoconferència ni una trucada de telèfon”.

La conversa també va permetre parlar sobre la situació econòmica dels mitjans, posant especial atenció a la publicitat i els murs de pagament. “Al subscriptor l'hem de mantenir al focus a través dels murs de participació perquè se senti part de la

comunitat de l'ARA” anticipava Vera. Tant és així que els subscriptors del mitjà han augmentat un 43% i en xifres totals ja arriben als 40.000. També *La Vanguardia* està treballant per aconseguir que “els bons

resultats d'audiència es tradueixen en resultats econòmics, com la implantació d'un mur de continguts” incidia el seu director. *El Periódico*

se suma als bons resultats d'audiència amb 38% d'increment en visites a l'edició digital. “Tots haurem de buscar el mur de pagament i la subscripció, subratllava la directora.

Finalment, Cristeto afegia que “la intoxicació informativa s'ha agreujat, és per això que els mitjans agafem més rellevància i tenim un plus de responsabilitat”. “No podem fer bon periodisme, si no respec-

tem els periodistes” reflexionava Vera al final de la segona sessió del cicle.

EL TERRITORI, ADAPTAT

L'adaptació dels mitjans de proximitat en aquesta situació va ser el tema de la conversa del passat dimarts 28 d'abril. Susanna Cases, directora del Canal Terres de l'Ebre; Joan Cal, director executiu del grup Segre; Xavier Abelló, director de TAC12 TV; Anna Puig, cap de secció de Comarques Gironines d'*El Punt Avui*, i Montse Sanou, directora de Ràdio Igualada, van aportar llur experiència arreu del territori. La moderació va anar a càrrec d'Eva Arderius, periodista de Betevé.

La conca d'Òdena estava confinada des del passat 12 de març i afectava unes 66.000 persones, així que el repte dels mitjans de la zona era majúscul. “Teníem

part del personal fora de la zona confinada i els altres feiem torns per no coincidir a l'emissora" explicava Sanou. Un dels obstacles que es van trobar els periodistes de l'Anoia va ser passar de poder explicar totes les dades a no rebre-les. "Espero que a la llarga les puguem tenir", va assegurar la directora de Ràdio Igualada.

Les televisions es van trobar amb la dificultat tècnica d'oferir uns mínims estàndards. "Ara mateix fem una televisió neolítica, malgrat fer-ho amb les noves tecnologies. És molt complicat treballar des de casa", afirmava Abelló. El Canal

"PENSÀVEM QUE HO HAVÍEM VIST TOT, PERÒ ARA HEM VIST LA COSA MÉS GROSSA"

Jaume Clotet, Govern de la Generalitat

Terres de l'Ebre va oferir una programació de mínims i Cases creu que "hem perdut vivacitat, però hem guanyat en eines i recursos que potser en un futur utilitzarem més".

Juan Cal mirava més enllà. "Hi haurà coses que haurem de recuperar, com la relació entre periodistes, el debat a la redacció i una reflexió crítica del conjunt de la professió", va assegurar. Entre missatges i videoconferències es va trobar Anna Puig. "Sortirem al carrer, perquè ho portem a l'ADN", va destacar. Puig també va voler valorar la feina dels caps de premsa dels ajuntaments.

Altrament, Cases reflexionava sobre la capacitat dels professionals de la informació a assistir a rodes de premsa poc importants per fer altres temes més rellevants. "Haurem de ser valents perquè prevalgui l'agenda del mitjà i no la dels departaments de comunicació dels ajuntaments o de les diputacions", va afegir Cal.

GENERAR CONFIANÇA

La pandèmia de la Covid-19 també ha posat a prova la comunicació de crisi de governs, institucions i organitzacions. La

quarta sessió del cicle va reunir Jaume Clotet, director de comunicació del Govern de la Generalitat de Catalunya; Ana Palencia, directora de comunicació d'Unilever, i Xavier Francàs, director de comunicació de l'Hospital Clínic. La conversa va ser moderada per Cristina Salvador, membre de la Junta de Govern i responsable del Grup de Treball de Gabinet de Comunicació Corporativa del Col·legi de Periodistes.

És veritat que els periodistes busquem tenir-ho tot previst, sota control, tot i així, la situació actual ha demostrat que no és així. "Pensàvem que ho havíem vist tot i que en sabíem molt de comunicació de crisi i ara ens hem adonat que la cosa és més grossa" confessava

Clotet. "L'onada va ser molt forta i moltes coses que havíem preparat ja no servien. Hi havia dies que només podíem navegar", va admetre Francàs.

Generar confiança entre els ciutadans, clients o treballadors ha estat clau en un moment com aquest. "Hem augmentat la freqüència de les nostres eines de

comunicació interna per garantir una comunicació contínua amb els nostres 162.000 empleats" argumentava Palencia. En aquest sentit, Francàs va destacar "la importància de formar part del comitè de crisi per gestionar la comunicació interna des del minut u".

El director de comunicació del Govern també creu que la crisi ha reforçat la relació amb els periodistes. "Estàs fent bé la feina quan t'enfades amb els periodistes i amb els teus superiors" va subratllar Clotet. Per a Ana Palencia, la comunicació de crisi ha accelerat la transformació de la cultura digital de l'empresa mentre que el director de comunicació del Clínic va recordar que cal no perdre de vista la tardor. "Hi pot haver un rebrot i hi hem d'estar preparats", va advertir.

El cicle "Converses confinades" deixa percepcions i conclusions, com que aquesta crisi sanitària marcarà un abans i un després en el dia a dia de la ciutadania, però també a l'hora d'informar i comunicar. Els periodistes estaran preparats per afrontar les conseqüències i els reptes d'una professió immersa en futur incert. Tornaran a trepitjar el carrer i això és el més important. **C**

Més informació a:

www.youtube.com/watch?v=Bw79i2aE6jk › Conversa amb Cristina Puig i Jordi Basté

www.youtube.com/watch?v=Nglu7iMTQgA › Conversa amb Esther Vera, Jordi Juan i Anna Cristeto

www.youtube.com/watch?v=Dd7FsuJFRJs › Conversa amb Susanna Cases, Joan Cal, Xavier Abelló, Anna Puig i Montse Sanou

www.youtube.com/watch?v=cwqUslcloqA › Conversa amb Jaume Clotet, Ana Palencia i Xavier Francàs

www.youtube.com/watch?v=Mk5Jj2uhliQ&feature=youtu.be › Conversa amb Núria Bacardit, Quico Sallés, Pep Elias, Xavier Ribera i Albert Caballé

www.youtube.com/watch?v=2hphOWfpTek&feature=youtu.be › Conversa amb Santi Nolla, Danae Boronat, Lluís Mascaró, Marta Ramon i Toni Romero

Dossier
Periodisme i Covid-19



EINES PER COBRIR EL VIRUS

Vint recursos per a periodistes davant la Covid-19

Si per a les autoritats la Covid-19 és quelcom nou per al qual no s'estava preparat, la pandèmia també ha suposat un repte a escala informativa. Moltes de les rutines s'han trasbalsat i els recursos i fonts d'informació habituals o bé no estaven disponibles o no eren suficients. En aquest article, els professionals de la comunicació trobaran una vintena de solucions concretes segons la necessitat: des de webs per conèixer millor la Covid-19 fins a l'accés a fonts d'informació fiable, recursos d'imatges d'alta qualitat, a més de verificadors de notícies, entre altres.



TEXT ADRIÁN CABALLERO

D'ençà que la Covid-19 va entrar amb força a Europa, la societat ha demanat informació fiable sobre la pandèmia i les seves conseqüències. Malgrat tot, les *fake news* i la desinformació s'han escampat, i molt, en un moment de neguit. Així, la tasca dels periodistes des de l'inici de la pandèmia ha esdevingut més important del que ja ho és en situacions d'aquest tipus.

Un obstacle a l'inici, però, era que els mateixos professionals també es trobaven amb un mar de desinformació i manca de fonts fiables, especialment si parlem de periodistes freelance o mitjans de comunicació amb pocs recursos. Tanmateix, a Internet, amb el pas de les setmanes han anat apareixent diferents iniciatives, tant de mitjans com d'entitats i empreses tecnològiques, que estan facilitant la feina diària tant dels professionals com de les redaccions.

CONÈIXER LA COVID-19

Preguntes freqüents de l'OMS

🌐 www.bit.ly/preguntes-oms

Per poder informar amb rigor, el primer que cal fer és estudiar bé el nou concepte. En aquest cas es tracta del *coronavirus Covid-19*. És per això que és essencial anar a una de les fonts d'informació més fiables i en la que més es van recolzar els principals mitjans de comunicació durant els primers dies d'incertesa: l'Organització Mundial de la Salut (OMS). Al seu web,

té allotjada una secció de Preguntes freqüents especial per a periodistes on

GOOGLE I LA XARXA DE PERIODISME FIRST DRAFT OFEREIXEN MULTIPLICITAT DE RECURSOS DURANT LA PANDÈMIA

es troben les respostes oficials sobre els símptomes de la Covid-19, mesures de prevenció, etc.

Notes de premsa de l'OMS

🌐 www.bit.ly/notes-oms

Amb caràcter general, i encara dins el web de l'OMS, trobem el centre de premsa, amb les darreres notes de premsa i comunicacions. Aquest centre de premsa fa mesos que es troba envaït per les informacions relatives a la Covid-19 i, per

SPECIAL CORONAVIRUS DE LA UNIVERSITAT JOHN HOPKINS PERMET ACCEDIR A MAPES I DADES EN TEMPS REAL

tant, és una parada obligada per conèixer i entendre les recomanacions i manifestacions d'aquest organisme dependent de les Nacions Unides.

Si el que es vol és tenir una visió general, i en temps real, de la situació provocada per la pandèmia, és recomanable anar al cercador més gran del món, Google,

que des del març treballa amb una secció especial dedicada al coronavirus. Per arribar-hi, només hem de teclejar *coronavirus* o *Covid-19* i s'obrirà la clàssica pàgina de resultats, això sí, amb una aparença diferent: amb informació

directa de l'OMS, les darreres notícies dels principals mitjans, mapes d'afectació, etc.

FONTS D'INFORMACIÓ

Fonts fiables segons l'AECC

🌐 www.bit.ly/fonts-aecc

Mentre que l'OMS és una excel·lent eina per conèixer en profunditat el coronavirus causant de l'actual pandèmia, altres fonts d'informació ens permeten seguir l'actualitat en temps real.

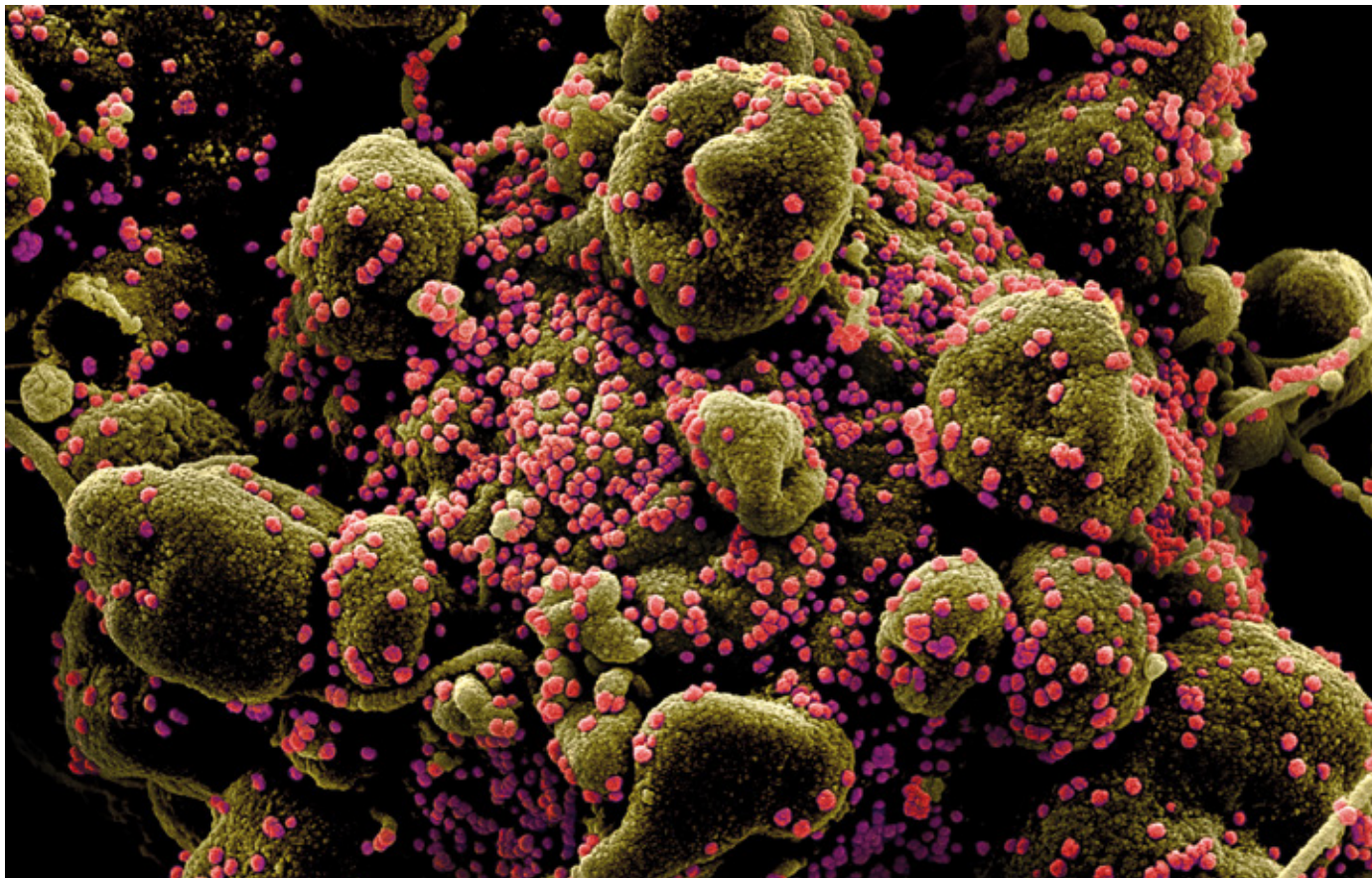
Per ajudar-nos a trobar tots aquests recursos, l'Associació Espanyola de Comunicació Científica (AECC) va presentar,

fa unes setmanes, al seu web una llista de fonts fiables sobre el coronavirus.

Llista de Twitter del CPC

🌐 www.bit.ly/llista-twitter

Si fem Twitter, podem accedir també a una varietat de periodistes i científics mitjançant la llista creada pel coronavirus des del Col·legi de Periodistes. Amb



Una de les imatges del virus que l'Institut Nacional d'Al·lèrgies i Malalties Infeccioses dels Estats Units ha posat a disposició de la premsa. Foto: NIAID.

aquesta llista podrem accedir a tota la informació que periodistes especialitzats, autoritats, experts en comunicació científica i professionals de la sanitat publiquen a cada moment.

Newsletter internacional

🌐 www.bit.ly/newsletter-internews

Dades i mapes de la John Hopkins University

🌐 www.bit.ly/dades-john-hopkins

A nivell internacional, trobem un butlletí d'informació creat per Internews, BBC Media Action i Translators Without Borders i els mapes i dades en temps real de l'equip de recerca de coronavirus de

la Universitat Jonh Hopkins dels Estats Units. Diversos mitjans i periodistes han utilitzat els mapes d'aquesta universitat, especialment a l'inici de la pandèmia, per posar en context la situació a Espanya respecte de la resta del món.

Google Public Data

🌐 www.bit.ly/google-public-data

Google Scholar

🌐 <https://scholar.google.com>

També es poden trobar força dades oficials al portal Google Public Data. Sense sortir de Google, i si el que volem és accedir als darrers informes i publicacions científiques sobre la Covid-19, podem accedir a

Google Scholar, el cercador especialitzat en material acadèmic.

VERIFICACIÓ DE DADES

Maldito Buló, especial coronavirus

🌐 www.maldita.es/coronavirus/

Davant la incertesa i el desconeixement és habitual que sorgeixin les notícies falses, les exageracions i els nombrosos rumors. Les *fake news* han tingut, per desgràcia, un protagonisme arreu del món, a Catalunya i a Espanya especialment des que es va decretar l'estat d'alarma a mitjan març. Des d'aleshores, Maldito Buló, especialitzada a desmentir informacions

falses que corren per les xarxes socials, va crear una secció especial al seu web dedicada a la Covid-19.

#SaludSinBulos

🌐 www.saludsinbulos.com

En aquesta línia, treballa també l'agència de comunicació ComSalud, que va engegar la iniciativa #SaludSinBulos i que es va traduir en un web on qualsevol persona pot fer arribar una informació sospitosa i,

L'ECJ I EL NATIONAL GEOGRAPHIC OFEREIXEN AJUTS A PERIODISTES PER PODER INVESTIGAR AL VOLTANT DE LA PANDÈMIA

des d'aquesta mateixa web, s'encarreguen d'investigar què hi ha de cert en tot plegat.

Google Fact Check Explorer

🌐 www.toolbox.google.com/factcheck/

En l'àmbit internacional cal recórrer, de nou, al gegant tecnològic Google, creador del Fact Check Explorer. La iniciativa és un xic diferent de les dues anteriors. En aquest cas parlem d'un cercador que conté més de quaranta mil *fake news*. L'usuari o periodista només ha de posar les paraules clau o la notícia sospitosa i l'eina ho rastreja: si troba la informació a la base de dades, té molts números de ser falsa.

Curs de verificació de First Draft

🌐 www.bit.ly/curs-first-draft

Si volem formar-vos com a periodistes en la verificació de dades i informacions, la iniciativa First Draft, una xarxa de mitjans i entitats sense ànim de lucre, posa a disposició de tothom un curs en línia de verificació. No és l'únic *webinar* que han creat en aquestes darreres setmanes, però és especial per detectar *fake news*.

CAIXA D'EINES

Flickr de la NIAID

🌐 www.flickr.com/photos/niaid/

Amb les fonts d'informació essencials i la verificació d'aquesta informació controlada, ens calen dades de context, recursos

addicionals, etc. Per exemple: com podem obtenir imatges reals d'aquest coronavirus? L'Institut Nacional d'Al·lèrgies i Malalties Infeccioses dels Estats Units (NIAID, sigles en anglès) ha posat a disposició de mitjans i periodistes imatges reals –i d'alta resolució– del virus al seu espai de Flickr.

Muck Rack

🌐 www.bit.ly/muck-rack

Si el que volem és mesurar la quantitat d'informació que ha generat la pandèmia arreu del món, existeix Muck Rack, una eina que ens ajuda a saber quina quantitat d'articles s'han publicat sobre determinat concepte a determinada regió (o al món sencer) i quins són els mitjans que més n'han parlat.

Eines de First Draft

🌐 www.bit.ly/toolbox-first-draft

Recull de recursos del Col·legi

🌐 www.bit.ly/recursos-colegi

Ara bé, si el que estem buscant és alguna eina encara més específica, cal tornar al web de First Draft, que va publicar al març un *toolbox*, una caixa d'eines per a

EN UN CONTEXT EN QUÈ IMPERA LA DESINFORMACIÓ, CAL ESTAR ATENTS A INICIATIVES COM LES DE MALDITO BULO I COMSALUD

periodistes, Especial coronavirus. També el Col·legi de Periodistes de Catalunya va publicar a final de març la seva pròpia caixa d'eines amb fonts d'informació especialitzades, butlletins especials i molt més.

Codi deontològic del CPC

🌐 www.periodistes.cat/codi-deontologic

Una de les eines incloses en aquesta caixa, i que sempre ha de tenir present el periodista a l'hora d'informar, és el Codi deontològic. “És una declaració de principis bàsics”, tal com es presenta al web del Col·legi de Periodistes de Catalunya quelcom que no és pot oblidar en el context actual.

AJUDES A MITJANS

Ajudes de l'European Journalism Center

🌐 www.bit.ly/ajudes-ejc

Els mitjans de comunicació i els seus professionals pateixen, des de fa setmanes, les conseqüències econòmiques de la pandèmia. És per aquest motiu que el Centre Europeu de Periodisme (ECJ) va llançar, a final d'abril, una primera ronda d'ajudes que tindran continuació durant els mesos següents.

Ajudes del National Geographic

🌐 www.bit.ly/ajudes-natgeo

El *National Geographic* ha publicat també un web en què periodistes d'arreu del món poden aplicar per aconseguir una ajuda per investigar temes relacionats amb la Covid-19 i les seves conseqüències a escala social, científica i educativa. Els projectes poden tenir un abast general i també local.

En resum, aquesta guia presenta recursos per obtenir informació fiable de primera mà, contrastar-la per no caure en falsedats i consultar amb experts i publicacions especialitzades. Tot un munt d'informació que es pot acompanyar amb dades en temps real i imatges de fonts oficials.

Si fos necessari, en aquesta guia també s'han esmentat ajudes econòmiques que tant poden servir

per alleugerir la situació a la redacció com per investigar en profunditat un aspecte de la pandèmia que, per desgràcia, se situa com un dels episodis –també informatiu– que es recordarà durant dècades. Ç

Dossier
Periodisme i Covid-19



INFODÈMIA I DESINFORMACIÓ

Notícies falses, rumors i teories conspiratives enmig de la sobreexposició informativa sobre el coronavirus

A final d'abril, en ple confinament, l'equip investigador del CIDOB va fer conèixer una sèrie d'anàlisis sobre la crisi global provocada pel coronavirus i els escenaris i interrogants a nivell internacional que planteja l'horitzó de la pandèmia. En aquestes pàgines, reproduïm l'anàlisi de Carme Colomina, periodista del diari *ARA* i investigadora associada d'aquest *think tank* català, en què reflexiona sobre la desconfiança en la narrativa oficial i els interessos que s'amaguen darrere de la desinformació.



TEXT CARME COLOMINA

És la Covid-19 una arma biològica fabricada als Estats Units? Quina és la xifra real de morts des que va començar la ja declarada pandèmia? On es van fer realment les fotos que il·lustren saqueigs a supermercats? Qui redacta tants comunicats falsos anunciant mesures excepcionals molt abans que es plantegin? La sobreexposició informativa que patim amb el coronavirus està farcida de notícies falses, de rumors, de pseudociència o de descontextualització.

Des de les primeres setmanes de propagació del virus, l'Organització Mundial de la Salut va posar en marxa un programa pilot anomenat EPI-WIN que tenia com a ob-

LA DIFERÈNCIA ENTRE LA COVID-19 I ALTRES EPIDÈMIES DE LA HISTÒRIA RESIDEIX EN LA CAPACITAT DE VIRALITZAR LA POR I EL DESCONCERT

jectiu garantir la veracitat de la informació oficial comunicada al públic. No obstant, no hi ha vacuna informativa capaç de superar, en aquests moments, la força viral de la incertesa en una esfera pública digital en què les notícies falses tenen un 70% més de probabilitats de ser retuitejades que les certes.

Tota desinformació implica intencionalitat. Però, qui i quins interessos s'amaguen

darrere d'aquesta manipulació, en totes les seves versions? La resposta és tan variada com la producció desinformativa que genera.

ALARMA SOCIAL

La primera conseqüència de la desinformació és el desconcert. Els missatges contradictoris generen confusió en general, si bé la intencionalitat de la falsedat pot comprendre des de la gamberrada 2.0,

que falsifica una nota oficial anunciant el tancament de centres educatius molt abans que es produís, al foment de la xenofòbia i l'estigmatització de

comunitats concretes o l'apuntalament d'agendes o d'argumentaris polítics.

Ara bé, la gran diferència entre el coronavirus i moltes altres epidèmies que van canviar el curs de la història resideix, precisament, en la capacitat de viralitzar la por i el desconcert que provoca; en la velocitat i l'efectivitat amb què ha amplificat les vulnerabilitats d'un món connectat físicament i comunicativa. Mentre es

lluita per la contenció del virus a escala global, l'OMS ja ens ha declarat víctimes de la *infodèmia*, és a dir, d'una sobrecàrrega d'informació no fiable que es propaga ràpidament entre la població.

AGENDA POLÍTICA

La crisi del coronavirus també ha servit per alimentar agendes polítiques. Unes societats desinformades, espantades, que se senten vulnerables, poden augmentar la pressió i el descontentament sobre els respectius governs. Va passar des del primer moment a la zona zero del virus, quan la maquinària de propaganda governamental xinesa va haver de fer front a les crítiques contra els mitjans oficials que recorrien Internet esquivant la censura amb paraules clau i vídeos protesta.

A Europa, la crisi passa factura a la lenta reacció comunitària. La resposta immediata de l'extrema dreta a França, Alemanya

L'OMS JA ENS HA DECLARAT VÍCTIMES DE SOBRECÀRREGA D'INFORMACIÓ NO FIABLE QUE ES PROPAGA RÀPIDAMENT ENTRE LA POBLACIÓ

o Itàlia va ser reclamar la introducció de controls més estrictes a les fronteres. Marine Le Pen va carregar explícitament contra “la religió” d’una Unió Europea de lliure circulació i va exigir la reinstauració d’unes fronteres que protegeixin els ciutadans “sigui quina sigui la situació”, que és com dir més enllà del coronavirus.

Els discursos polítics de l’extrema dreta estan plens d’exemples recents que vinculen immigració i amenaces sanitàries (Jaroslaw Kaczynski, Matteo Salvini o Ortega Smith). Es tracta d’agitar la por, d’alimentar la idea de l’amença exterior. La suspensió unilateral dels viatges procedents d’Europa decretada per Donald Trump consagra l’aïllament d’una administració qüestionada per la infravaloració de la crisi. Si a això li sumem el context electoral, la intencionalitat política de les

narratives sobre el coronavirus encara són més clares, i no només als Estats Units. A Polònia, on hi haurà eleccions presidencials, el coronavirus també ha entrat en campanya. En aquest cas, és l’oposició qui demana al govern de Llei i Justícia que “reveli la veritat sobre els casos de coronavirus” que hi ha al país.

CONFRONTACIÓ GEOPOLÍTICA

Qui està millor equipat per fer front a una pandèmia, les democràcies liberals o els règims autoritaris en la seva capacitat d’imposar mesures dràstiques a la pobla-

L'ADMINISTRACIÓ TRUMP VA DENUNCIAR CAMPANYES DE DESINFORMACIÓ RUSSA AMB TEORIES CONSPIRATIVES SOBRE L'ORIGEN DEL VIRUS

ció? El relat sobre el coronavirus també té la seva dosi de geopolítica, de confrontació de models i de capacitats disruptives.

En aquest context, l’administració Trump va denunciar, al febrer, diverses campanyes de desinformació russa per a la propagació de teories conspiratives sobre l’origen del

virus. Segons fonts del Departament d’Estat, que va publicar l’Agència France Press, diversos perfils de Twitter, Facebook o Instagram estaven difonent des de mitjans de gener teories falses sobre el brot epidèmic, segons les quals la Covid-19 és una arma biològica dels EUA en la seva guerra comercial amb la Xina; o teories que asseguraven que el cofundador de Microsoft, Bill Gates, tenia la patent del virus.

Segons aquesta informació, la viralització es va realitzar des de milers de perfils gestionats per persones, no per bots, que tuitejaven missatges acompanyats recolzats en informacions de Sputnik o RT. La portaveu del Ministeri d’Afers Exteriors rus es va afanyar a negar les acusacions dient que eren *fake news*. No obstant això, el mateix argumentari va aparèixer a mitjans tradicionals russos o per boca d’alguns líders de l’extrema dreta del país, i no és aliè a altres teories conspiratives anteriors que ja havien propagat la història d’hipotètiques armes

químiques desenvolupades a expenses dels Estats Units en un suposat laboratori georgià.

Amb la propagació del virus en fase de contenció, la Xina també ha modulada la seva estratègia digital amb la intenció de començar a reparar la seva imatge. Beijing insinua ara que el virus es va poder origi-



La pandèmia ha generat moltes *fake news*, sovint distribuïdes a través de la missatgeria instantània. A la imatge, un ciutadà consulta el seu mòbil. Foto: Alamy

nar en un altre país, elogia els governs que es van mantenir oberts als viatgers xinesos i carrega contra les veus més crítiques amb acusacions de racisme.

EFFECTES ECONÒMICS

Els mercats borsaris són molt sensibles a les percepcions, els rumors i, per tant, a

LA DESCONFIANÇA S'HA CONVERTIT EN LA NOVA REALITAT. DESCONFIANÇA EN LA CIÈNCIA I EN LES INSTITUCIONS, EN LES NARRATIVES OFICIALS

la desinformació. Hi ha exemples contundents d'intents criminals que van fer servir la desinformació per provocar una

caiguda en la borsa i guanyar diners amb l'especulació. Però aquest cop el pànic es generalitzat. En ple desordre informatiu i davant els costos econòmics d'una crisi encara sense data de caducitat, la volatilitat castiga les borses a ambdós costats de l'Atlàntic. Fins i tot sense rumors o manipulació, només per saturació informativa –i perquè el coronavirus afecta grans centres de la producció industrial global– era inevitable que la Covid-19 provoqués una caiguda de confiança als mercats. I és que

la desconfiança s'ha convertit en la nova realitat. Desconfiança en la ciència i en les institucions, en les narratives oficials.

Els rumors hi són perquè ja existien abans de Twitter, però la seva capacitat de penetració s'ha multiplicat no només per la potència amplificadora de les xarxes socials, sinó per la predisposició de molts usuaris a creure-se'ls i a compartir-los. És necessari restaurar les nostres defenses, recuperar la credibilitat de la informació i de les fonts que la generen. La restauració de la salut pública passarà també per recompondre la salut informativa. Ç

Més informació a:

www.cidob.org, Web del CIDOB



Dossier
Periodisme i Covid-19



PERIODISME CONFINAT

Com s'exerceix l'ofici des de casa
en ple estat d'alarma

El contacte amb les fonts i la coordinació de la redacció s'han virtualitzat per elaborar una informació de qualitat malgrat les limitacions del confinament. El que mesos enrere hauria semblat impossible ara és una realitat: redaccions buides i periodistes treballant des de casa. La crisi sanitària ha obligat bona part de la professió a teletreballar en unes condicions que no sempre són les òptimes. Però, fins a quin punt, quan remeti la pandèmia, el teletreball haurà arribat per quedar-s'hi?



TEXT NEREIDA CARRILLO

El brogit dels teclats i les converses s'ha canviat per la remor dels jocs infantils rere la porta. Els cops a l'esquena dels consells de redacció han mutat en mirades sense punt de fuga des de pantalles reticulades. Les imatges de prop i els plans més curts han deixat pas a objectius que treballen a dos metres de distància. I les cuines, els menjadors i els despatxos de les llars substitueixen ara les grans redaccions on s'escrivia, es radiava o s'explicava amb imatges allò que passava. Des que, el 14 de març, el govern espanyol va decretar l'estat d'alarma per causa de la pandèmia del coronavirus, molts professionals de la informació treballen encara al carrer jugant-se la salut, ara bé, molts altres exerceixen l'ofici des de casa. El periodisme, com la resta de la societat, també s'ha confinat.

“Fer periodisme confinat és estrany —explica Mònica Peinado, periodista de la Cadena SER. La nostra feina és explicar el que està passant, anar als llocs, parlar amb la gent, palpar l'ambient. Treballar des de casa t'ho posa una mica més difícil”. Ja fa uns mesos que la situació s'allarga. I la incertesa encara plana sobre l'horitzó. Els periodistes han canviat rutines, han demostrat versatilitat i capacitat de resiliència. Molts coincideixen en la complexitat de treballar confinats; si bé també

assenyalen que en temps d'“infodèmia”, s'està aconseguint fer productes i serveis periodístics de qualitat malgrat les limitacions. Així s'expressa Carles Prats, conductor del *TN migdia* a TV3 i membre de la

"ENS HEM VIST FORÇATS A NORMALITZAR L'ÚS DELS SKYPE. LA QUALITAT NO ÉS LA MATEIXA, PERÒ S'ESTÀ PARLANT AMB LA GENT" Carles Prats, TV3

Junta del Col·legi, que amb l'epidèmia ha desaparegut de la pantalla per fer feina des del darrere: “L'objectiu era, i penso que l'estem aconseguint més que folgadoament, mantenir l'antena, mantenir els informatius amb el major estàndard de qualitat possible a nivell de contingut i d'imatge”.

REDACCIONS DESÈRTIQUES

A les “Converses confinades”, organitzades pel Col·legi de Periodistes, la directora de l'ARA, Esther Vera, explica que les persones que encara treballen des de la redacció entre setmana es poden comptar amb els dits d'una mà. “El cap de setmana hem aconseguit que no vingui ningú”, afegia Vera, mentre el director de *La Vanguardia*, Jordi Juan, explica que només ell trepitja la redacció del diari durant el matí

i teletreballa a la tarda. A la CCMA, segons dades del comitè d'empresa, a 24 d'abril, un total de 812 persones estaven fent teletreball totalment o parcialment, mentre que 819 persones treballaven en règim

presencial. Treballar des de casa no és nou en periodisme; ho fan des de fa anys els freelance. Amb tot, amb l'epidèmia del coronavirus, no no-

més ells, sinó tots els periodistes es queden sense redacció.

Les rutines anteriors s'evaporen i es comencen a solidificar de noves. Una d'aquestes és que ja no hi ha temps de transport. I els horaris ja no els dicten les rodes de premsa, sinó que sovint, pel que fa als periodistes amb criatures, els horaris s'estableixen per conciliar vida privada i feina, a més de tenir en compte quan teletreballa la parella. De vegades, les jornades s'allarguen durant la nit. Canvia també la manera de coordinar-se amb els companys, d'obtenir la informació, de comunicar-se amb les fonts i canvien també les eines. Thaïs Gutiérrez, redactora de l'ARA i coordinadora de *#joemquedoacasa*, una secció nova que neix amb la Covid-19, assenyala: “Tot



En Carles Prats, periodista de Tv3, aquests dies s'ha vist forçat a treballar des de casa, com tants professionals de la informació.

és virtual. Utilitzo molt el correu, però moltíssim el WhatsApp, perquè puc ser amb els nens i de seguida puc respondre els afers urgents”.

L'ALTERNATIVA TECNOLÒGICA

El coronavirus ha posat el focus en figures polítiques i epidemiòlegs i han deixat en quarantena altres tipus de fonts. Les rodes de premsa i les sessions plenàries han esdevingut virtuals i això ha causat problemes de llibertat de premsa i també per a obtenir aquella informació que abans s'aconseguia als passadissos. Amb les compareixences físiques, quan s'apagaven els micròfons, la feina dels periodistes continuava. Amb les compareixences te-

lemàtiques, quan s'apaguen els micròfons, només hi ha silenci. “Quan vas als llocs —afegeix la redactora de la Cadena SER— hi

“HEM PERDUT EL POTENCIAL COL·LECTIU QUE TÉ UNA REDACCIÓ, QUE FUNCIONA COM UNA COSA ORGÀNICA” Mònica Peinado, SER

ha molta gent al voltant dels polítics: tècnics, veïns... És gent que en sap i que et pot ajudar a completar la informació. Això s'ha perdut. Utilitzem la nostra agenda per acostar-ho”.

Pel que fa a la llibertat de premsa, Prats opina: “Al principi, hi ha hagut la temp-

tació dels governs de mantenir la premsa a distància, de fer *speechs* unidireccionals. Després, s'ha aconseguit entrar preguntes i ara, que aquestes preguntes les entrin els mateixos periodistes, que no sigui una part interposada, com els caps de premsa, qui les faci”. El problema

rau encara, opina Peinado, que sovint no es pot repreguntar. Pel contacte amb les fonts, s'empra un ampli ventall d'eines de videoconferència: Zoom, Jitsi, Google Meet, Skype... Fins i tot a la televisió. El periodista de Tv3 ho explica: “Ens hem vist forçats a normalitzar l'ús dels videotrucades per fer entrevistes. La qualitat no

és la mateixa, però en el fons s'està parlant amb la gent”.

A més de les videotrucades, a la pantalla dels telespectadors de TV3 també han canviat altres imatges; ja que hi ha plans que no es poden fer. “Per anar als rodatges, s’han de respectar les mesures de seguretat. Les càmeres s’han de desinfectar cada vegada que se surt de rodatge i hi ha un canvi de torn. Fins i tot, a les taules de la redacció, s’han deixat espais entre cada persona i els del matí no s’asseuen als mateixos llocs que els de la tarda. Hi ha equips de neteja que passen regularment per tal de minimitzar les possibilitats de contagi”, explica Prats.

CONTACTE HUMÀ

El virus que ha colpit el món també ha colpit el periodisme. I, entre tots els canvis que ha provocat, el que els periodistes valoren més negativament és la pèrdua de l’escalf de la redacció. “Hem perdut el potencial col·lectiu que té una redacció, que funciona com una cosa orgànica”, lamenta Peinado. El contacte físic s’ha traslladat a les pantalles i els grups de WhatsApp laborals que ja existien abans de la pan-

A FINAL D'ABRIL, SEGONS LA CCMA, 812 PERSONES FEIEN TELETREBALL TOTALMENT O PARCIALMENT I 819 FEIEN FEINA DE MANERA PRESENCIAL

dèmia ara bullen encara més. Tanmateix amb això no n’hi ha prou. “Les redaccions són espais de discussió, d’argumentació, de diàleg; espais molt vius. Quan no hi ha aquest contacte humà habitual es pot perdre frescor i es pot perdre en aquests debats tan interessants que tenim”, admet Prats.

Tot i així, la situació creada per la pandèmia també té aspectes positius, més enllà de la reducció de costos i de contaminació per l’absència de desplaçaments, com són la inversió tecnològica per fer possible que la plantilla treballi des de casa i també que s’ha tornat a fer evident la necessitat

del periodisme i de la credibilitat davant la desinformació. Un altre avantatge és que el teletreball s’ha demostrat factible també per als periodistes. Però com el valoren els professionals? Ha vingut per quedar-s’hi?

"EL TELETREBALL AMB CRIATURES A CASA ÉS UNA TRAMPA. ESTÀS TOT EL DIA AMB LA SENSACIÓ QUE NO FAS RES BÉ" Thais Gutiérrez, ARA

“El teletreball amb criatures a casa és una trampa —assegura Gutiérrez. Estàs tot el dia amb la sensació que no fas res bé; perquè quan estàs amb els nens, també estàs pendent del WhatsApp, del correu, de si tens alguna trucada. Per tant, tens la sensació que amb ells no ho estàs fent prou bé. Després, estàs treballant, els nens reclamen la teva atenció i també et sents culpable perquè no ets amb ells. És una situació dura, difícil, que s’està allargant molt”.

A “Converses confinades”, el periodista de RACI Jordi Basté ho deixava ben clar: “Prefereixo el meu estudi, el meu entorn, la meva gent”. També es mostrava contundent el director de *La Vanguardia*: “El dia que puguem estar tots junts, adéu a aquesta manera de treballar, que realment és molt complexa”. Per a altres, com Peinado, el teletreball pot ser una bona opció puntualment com ara un dia que calgui conciliar, tot i que creu que cal recuperar la redacció com a “camp base”.

Per a Esther Vera, cal diferenciar entre el teletreball en una situació de normalitat i en una situació molt excepcional. “El que trobo que és un pal és el confinament, no el teletreball. El teletreball en aquest moment de confinament, de crisi sanitària, econòmica, etc. ens fa estar permanentment connectats, treballar moltíssimes més hores i viure en una mena de bucle del qual no sortim i això té un cansament molt important tant psicològic com

laboral o físic, i de tota mena. Ara bé, joestic segura que hi haurà moltes coses del teletreball que instal·larem”, admetia a “Converses confinades”.

La pandèmia de la Covid-19 ha diluït especialitzacions, ha aprimat algunes seccions de les pàgines dels diaris i n’ha creat de noves,

ha obligat a digitalitzar rutines i a pensar maneres diferents de fer la mateixa feina. I, tot i que encara és aviat per valorar-ho extensament, és evident que ens ha donat moltes lliçons.

Una d’aquestes, hi coincideixen molts periodistes, és aprendre a no menystenir el que passa lluny en un món global. Així, per a Gutiérrez, aquesta crisi ens ha ensenyat a “reaccionar molt ràpid a una situació que ningú s’esperava”. A “Converses confinades”, Basté reflexionava sobre com la Covid-19 i ha evidenciat que hem frivolitjat la informació durant molt de temps. “I ara ens ha arribat un tema sobre el que no podem ser frívols”, admetia. En la part més del model de negoci, també es poden extreure lliçons, com ara la necessitat de reforçar subscripcions digitals. Confinats o al carrer hem copsat, una vegada més, que en periodisme tot és dinàmic i que de tot s’aprèn. Ç

Dossier
Periodisme i Covid-19



EL PROBLEMA INVISIBLE

La cobertura de la Covid-19, un factor de risc
per a la salut mental

En un principi només és feina. Intensa, dolorosa i esgotadora, però feina. Fins que, un cop acaba la tasca d'estar informant dia a dia sobre la crisi sanitària causada pel coronavirus, comencen a sorgir els primers símptomes que alguna cosa no va bé. Aquest article és un avís del que pot passar. I és que, tal com adverteixen des d'institucions com el Dart Center de Periodisme i Trauma de la Universitat de Columbia, els professionals de la informació que cobreixen la crisi de la Covid-19 podrien acabar patint estrès posttraumàtic.



TEXT **Laura Saula**

“Això no es pot comparar amb una guerra”, adverteix, de bones a primeres, el fotoperiodista Gervasio Sánchez. Ell sap del que parla, ja que ha cobert guerres, genocidis i desastres naturals arreu del món. Tot i això, assegura que, des del 16 de març, està treballant a un ritme que considera “d’alt conflicte”. En aquest cas, però, no es troba en cap conflicte bèl·lic, sinó que està cobrint la crisi del coronavirus a Saragossa per a l’*Heraldo de Aragón* amb la sèrie “La vida en tiempos de pandèmia”. Això implica treballar de dilluns a diumenge pràcticament de sol a sol i sense gairebé veure la família, per por a contagiar-la. I torna a repetir que, tot i que això no té res a veure amb una guerra, sí que hi ha coses que l’impacten.

“No veus nens morts ni persones que han mort de fam en camps de refugiats, en canvi, sí que veus persones grans que podrien ser els teus avis”, matisa. I és precisament això el que l’ha forçat a autocen-

"NO VEUS NENS MORTS NI PERSONES QUE MOREN DE FAM, PERÒ SÍ QUE VEUS PERSONES GRANS QUE PODRIEN SER ELS TEUS AVIS" Gervasio Sánchez

surar les seves fotos com mai abans li havia passat. “No és el mateix publicar imatges de morts a l’Iraq en un mitjà espanyol, que imatges d’avis d’una residència de Saragossa, on és més probable que la família pugui identificar-los”, explica. I encara que la cobertura del coronavirus li causa impacte, —perquè “veure gent morir sempre és un desastre”—, no considera que aquesta situació el pugui afectar més que veure morir “per desenes o milers”

persones en conflictes a l’Àfrica. “Tots els periodistes haurien d’estar preparats per a poder afrontar aquest tipus de cobertures”, afirma Sánchez.

Ara bé, realment els professionals de la informació estan capacitats per afrontar depèn de quines situacions? Al Tompkins, periodista i membre del Poynter Institute for Media Studies, fa temps que recorda

"ELS PERIODISTES NO SOLEN REBRE SUPORT PSICOLÒGIC DESPRÉS DE PRESENCIAR ESCENES TRAUMÀTIQUES" Al Tompkins, Poynter Institute

com els periodistes que cobreixen accidents, atemptats, desastres naturals o altres tipus de conflictes poden arribar a patir el mateix estrès posttraumàtic que, posem pel cas, els bombers, el personal sanitari o els policies que també presenciaven les escenes traumàtiques. “Però al contrari dels altres especialistes, els periodistes no solen rebre cap mena de suport psicològic després d’haver presenciat els fets. Simplement se’ls

dona una nova història per cobrir, com si no haguessin passat res”, lamenta.

A FORÇA D’AUTOGESTIÓ

Tot i aquestes mancances a l’hora de rebre suport psicològic, molts periodistes segueixen fent la feina. Això sí, confessen que la cobertura del coronavirus és totalment inèdita. “És la cosa més diferent, impensable i estranya que he hagut de

cobrir mai”, confessa el fotoperiodista Jordi Borràs, que des de fa setmanes està fotografiant tots els aspectes del confinament arreu de Catalunya per al magazín *La Mira*, i això l’ha fet presenciar moments difícils, com l’enterrament d’una mort per coronavirus. “Veure i viure el patiment de la família, el de no poder-se acomiadar com ells voldrien, va ser dur”, explica Borràs.

El mateix li passa amb la imatge de tres-cents taüts al pàrquing del tanatori de Collserola. “En aquell moment et

quedes glaçat, perquè saps que són tres-cents drames familiars”, afirma. Amb tot, assegura que intenta no endur-se a casa totes aquestes vivències. “Sempre cal posar distància quan veus aquestes coses. Has de fer la teva feina i l’has d’intentar fer al més asèptica possible, si bé és inevitable empatitzar”, matisa. Acostumat a cobrir tota mena de conflictes de carrer, en aquesta situació Borràs creu que se li suma tota l’angoixa generada pel confinament, la situació personal i familiar, a més de la incertesa en l’àmbit laboral com a autònom. “Al final, tot plegat sí que acaba generant un punt d’ansietat”, reconeix. “No estàvem entrenats per a una situació així”, conclou.

SOBRECÀRREGA LABORAL

L’excés de feina que estan vivint molts periodistes aquests dies també és un element de pressió que podria tenir conseqüències a llarg termini, segons els experts. És el cas de Natàlia Vila, redactora de la secció de

Societat del diari ARA, que confessa que el que emocionalment l'està afectant més és la quantitat d'hores de feina que està absorbint, més que no pas el fet d'entrar en una UCI.

Fins i tot creu que hi ha hagut altres temes que l'han marcada molt més com a professional, com quan va anar a cobrir la crisi dels refugiats. "Va ser molt colpidor veure baixar tota aquella gent al port del Pireu", recorda. En el cas del coronavirus, en canvi, opina que a banda d'haver de fer aquesta cobertura que toca tants aspectes emocionals, se li suma la sobrecàrrega d'informació i el teletreball, fet que ha arribat a barrejar la vida privada i la professional "fins a límits insospitats". "Comencem molt aviat al matí i acabem molt tard a la nit, estem constantment

connectats. A més, hem de tenir molta cura de la higiene per no afectar la resta de membres de la família, i això també és un estrès", assegura.

Qui està vivint aquesta situació amb molta més tranquil·litat és Mònica Bertran, pe-

SEGONS ELS EXPERTS, L'EXCÉS DE FEINA D'AQUESTS DIES POT ACABAR PROVOCANT CONSEQÜÈNCIES A LLARG TERMINI

riodista de TV3 que acostuma a fer tàndem amb Marta Arrufat en notícies de l'àmbit de la sanitat. "Soc filla de metges, així que no m'impresiona massa anar a hospitals", explica Bertran. A més, confessa que, tot i els nervis inicials, entrar a l'UCI li va donar

més tranquil·litat un cop va veure que tot funcionava amb ordre i criteri.

"Com a periodistes només hi estàs un parell d'hores com a molt, mentre que els sanitaris hi estan tot el dia. Per tant, no hi ha comparació en l'impacte que et pot causar tot plegat", considera. Sí que creu, però, que no tots els periodistes estan preparats per cobrir segons quins conflictes. "Jo puc anar a un hospital sense problemes –afirma–, ara bé si m'haguessin fet cobrir els disturbis d'Urquinaona ho hauria passat fatal. En canvi, hi ha companys que hi van anar sense problemes". Per això, considera que l'ideal és, tal com ja es fa a la seva



REACCIONS PER PREOCUPAR-SE

Com saber si ens afecta la cobertura de notícies sobre el coronavirus.

El gabinet Expertos-EMDR, format per psicòlegs, psiquiatres i terapeutes especialitzats en el tractament de trastorns per estrès posttraumàtic, ha elaborat una llista de les diferents reaccions que es poden tenir si la feina causa algun trastorn psicològic. Són les següents:



Aparició d'imatges o pensaments intrusius del que s'ha viscut a la feina.



Sensacions de por i angoixa que anteriorment no es tenia.



Tics, caiguda del cabell, herpes, cefalees i altres reaccions psicossomàtiques.



Més irritabilitat o dificultat per fer front al dia a dia.



Ràbia o ira sense motius aparents.



Necessitat d'aïllar-se i no parlar amb ningú. Sensació de ser "diferent" de la resta.



Dificultat per concentrar-se, prendre decisions o tenir alteracions en la capacitat de judici.



Dificultat per agafar el son, dormir en excés o tenir molts malsos.



Pèrdua de la gana o, al contrari, menjar compulsivament.



Necessitat de consumir ansiolítics, alcohol o drogues.



Una infermera de la UCI de l'Hospital del Mar té cura d'un pacient afectat de coronavirus el passat mes d'abril. Foto: Alejandro Garcia / EFE / Alamy.

redacció, assignar els temes segons les pors i les capacitats de cadascú: "Ningú va obligat a cobrir un conflicte com aquest".

SINTONITZAR AMB LES ANGOIXES

Es podria dir, doncs, que els periodistes formats a casa nostra han après sobre la marxa com lidiar amb els conflictes que els ha tocat cobrir. I, a partir d'aquesta experiència, han anat endurint la pell per evitar endur-se les escenes traumàtiques cap a casa i que els afectés la seva vida

"ÉS DIFERENT ANAR AL LLOC DELS FETS I MARXAR, QUE VIURE L'ANGOIXA DE LA PANDÈMIA EN L'ESFERA PERSONAL" Cait McMahon, Dart Center

personal. Però el cas és que no són pocs els experts que asseguren que els periodistes tenen el mateix risc de patir estrès posttraumàtic després d'haver presenciat

certes escenes, com accidents de trànsit, incendis o genocidis, per posar-ne alguns exemples. Per aquest motiu, des del 1991, existeix als Estats Units el Dart Center de Periodisme i Trauma de la Universitat de Columbia, una organització que ofereix suport, reflexió i atenció psicològica als periodistes que cobreixen notícies de caràcter violent.

Amb motiu de la pandèmia del coronavirus, els experts del Dart Center han ampliat una sèrie de consells per als periodistes que es troben actualment en primera línia de foc. Per començar, la doctora i psicòloga Cait McMahon, directora del Dart Center de

la zona Àsia-Pacífic, considera que la pandèmia del coronavirus no només afecta els periodistes en els tres punts bàsics d'una cobertura de conflicte (la visió desagra-

dable com a testimoni, el contacte amb les víctimes i la posterior comunicació a l'audiència), sinó que també els afecta de manera personal. "És molt diferent anar al lloc dels fets i després marxar, que no pas viure també l'angoixa de la pandèmia en l'esfera personal. Perquè en aquest cas el conflicte està a tot arreu", argumenta.

Per això, creu que els periodistes han d'estar més sintonitzats que mai amb les seves angoixes i les que pateixen les persones a qui entrevisten. Amb això també vol dir que és més necessari que mai, tant per als periodistes com per als caps de redacció, avaluar correctament la situació psicològica del periodista al qual es vol assignar la tasca de cobrir notícies sobre el coronavirus per evitar que desenvolupi casos d'estrès posttraumàtic a mitjà i llarg termini. I, per descomptat, que el periodista, si ho necessita, sempre tingui l'opció de rebre suport psicològic després de cobrir els fets. Ç

Dossier
Periodisme i Covid-19



NO TAN DIFERENTS

La desinformació i les teories conspiratòries també van ser presents en altres pandèmies de la història

La ciutadania tendeix a pensar que el que passa és nou, inèdit. Una mirada a la història, però, ens demostra que per molt dramàtics i espectaculars que siguin determinats fets, sovint només són un nou capítol de fenòmens ja viscuts en èpoques pretèrites. La crisi sanitària de la Covid-19 n'és un cas. Un repàs a anteriors pandèmies permet adonar-nos que, més enllà d'aspectes vinculats amb la tecnologia i les actuals condicions socio sanitàries, hi ha molts paral·lelismes amb el que estem vivint.



TEXT EUDALD COLL

Per molt que els ciutadans visquin la pandèmia del coronavirus com quelcom nou en les seves vides, la transmissió de malalties a gran escala geogràfica amb milers, o fins i tot milions, de morts, així com les mesures per evitar-ne la propagació, és un fet recurrent en la història.

“La comparació de la pandèmia actual de la Covid-19 amb episodis passats, suggereix diversos paral·lelismes en les reaccions humanes a la malaltia. En molts casos van generar desinformació, bocs expiatoris i distanciament social similar al que estem assistint avui dia”, assegura Lawrence R. Poos, professor del Departament d’Història de la Universitat Catòlica d’Amèrica, en l’article “Lliçons de pandèmies passades: desinformació, bocs expiatoris i distanciament social”, que el 16 de març va publicar al web de la Brookings Institution, organització sense ànim de lucre nord-americana que investiga problemes socials en profunditat.

A l’article, Poos recorda que la ràpida propagació del coronavirus, des de la pri-

“UN ELEMENT COMÚ EN LES PANDÈMIES HISTÒRIQUES ÉS LA DESINFORMACIÓ GENERALITZADA” Lawrence R. Poos, Brookings

mera detecció a Wuhan fins a l’expansió a més d’un centenar de països de tot el món, “reflecteix la connexió, el volum i la velocitat de les persones que viatgen i es

barregen, de principi del segle XXI. Però, per naturalesa, les pandèmies només es produeixen quan les cadenes de transmissió eficients funcionen a llargues distàncies i abasten poblacions extenses”.

Segons aquest expert, les dades bioarqueològiques disponibles indiquen que les vies de comerç i de comunicació terrestres i marines ben establertes, així com l’intercanvi de persones, plantes i

EL 1918, MOLTS DIARIS ESPANYOLS ES VAN ABONAR A LA VERSIÓ OFICIAL DE LES AUTORITATS QUE MINIMITZAVEN AQUELLA GRIP MORTÍFERA

animals entre Europa i Àfrica, d’una banda, i amb Amèrica, per l’altra, van ser fruit de pandèmies amb milions de morts. La diferència amb el passat és que la velocitat de propagació ara ha estat vertiginosa.

Els paral·lelismes no finalitzen aquí.

“Un element comú en les pandèmies històriques és la desinformació generalitzada i la Covid-19 ja ha generat una impressionant collita de teories conspiratives”, afirma Poos, que recorda que el pànic generalitzat,

sobretot quan es tracta d’una malaltia amb conseqüències letals desconegudes acaba reforçant la propagació de determinats relats i produint el que l’Organització

Mundial de la Salut (OMS) ha definit com una *infoepidèmia*.

PREJUDICIS I TERMINOLOGIA

Els prejudicis tampoc són nous. A final de març, el president nord-americà Donald Trump va admetre que havia deixat de referir-se al coronavirus com *el virus xinès*, definició que havia provocat acusacions de xenofòbia i crítiques des de diferents sectors —l’OMS inclosa— que insistien a no culpabilitzar de la pandèmia un país o un espai geogràfic concret. “Aquest és un altre tret compar-

tit amb les anteriors pandèmies”, admet Poos a l’article. I posa com a exemple el que va passar al segle XVI amb l’epidèmia de la sífilis, ja que en aquell moment hi va haver un debat continuat sobre els orígens d’aquesta malaltia. “Els russos l’anomenaren la malaltia polonesa, els turcs la malaltia cristiana, i això no exhaureix el catàleg d’adscripcions”.

Seguint amb la terminologia, aquests dies des dels mitjans de comunicació s’han reiterat certes expressions fins a l’avorriment i amb les que tothom s’ha acabat familiaritzant ràpidament, com és el distanciament social o el fet d’*aplanar la corba*. Això tampoc no és nou. De confinaments, n’hi ha hagut molts, tot i que l’actual sigui el primer que s’ha emès en directe per tot el món i a gran velocitat. I és que els

debats i les crítiques sobre el mal comportament de part de la població —cues massives de vehicles anant a la segona residència o milers de persones fent esport pel passeig marítim de Barcelona, per exemple— també tenen un paral·lelisme històric. En aquest sentit, Poos es refereix a la comparació entre Filadèlfia i St. Louis, a final de 1918, durant la pandèmia de la grip d'aquell any. “Filadèlfia —escriu— va organitzar una desfilada per celebrar l’armistici després de la Primera Guerra Mundial, mentre que St. Louis va imposar un distanciament social estricte. St. Louis va aplanar, literalment, la corba: les taxes de mortalitat es van estendre en una corba més llarga, però molt inferior a la que va experimentar Filadèlfia”.

AMAGAR ELS FETS

Ara bé, i què passa amb els polítics i els periodistes d’altres èpoques? Com van actuar? Per analitzar-ho no ens movem de la injustament anomenada *grip espanyola* que, entre 1918 i 1919, va afectar un terç de la humanitat i va matar uns cent milions de persones al món. A Barcelona, com a tants llocs del món, aquella crisi sanitària va mostrar carències estructurals de tot tipus. Però, com va informar-ne la premsa? Tres dies abans de la publicació de l’article de Lawrence R. Poos a Brookings, el periodista Lluís Martínez publicava el reportatge “Lluny de la pandèmia de 1918”

LA PREMSA FRANCESA NO VA DUBTAR A CULPAR DE LA PANDÈMIA A L’ENEMIC ALEMANY AMB TEORIES DESCABELLADES

a *La República*, on repassava l’actitud i la cobertura dels mitjans de l’època.

Després de recordar que aquella epidèmia va tenir un entorn molt diferent de l’ac-

tual —les condicions de vida, les mesures sanitàries i higièniques eren a anys llum de les actuals—, Martínez assenyala que “el govern civil tenia pocs mitjans, però, a més, va cometre errors. Un de molt greu va ser amagar els fets amb la creença que així s’evitaria l’alarma” i recorda com molts diaris espanyols van publicar la versió oficial de les autoritats que asseguren, des del principi d’aquella epidèmia, que no només era benigna sinó que fins i tot anava de baixa.

LA PUBLICACIÓ *LA COMARCA* VA ATRIBUIR LA GRIP A LA FALTA DE PUDOR DE LES MODOSES FEMENINES MASSA ESCOTADES O BÉ A UN CÀSTIG DIVÍ

“El diari *Las Noticias* —assenyala Martínez— va ser un dels que va estar tot el mes d’octubre del 1918 repetint que l’epidèmia retrocedia, posició que el portava a buscar explicacions alambinades quan hi havia un repunt de la mortalitat. El director, per cert, va morir a causa de l’epidèmia”.

“En canvi —prosegueix— capçaleres com *El Correo Catalán*, *El Diluvio* i *El Noticiero Universal* no es van estar d’adoptar una posició que, sobretot en el cas d’*El Correo Catalán*, avui anomenaríem alarmista. Tanmateix, els esdeveniments els van acabar donant la raó i, en canvi, van deixar

en evidència aquells que creien el que deien les autoritats sense investigar pel seu compte. Una lliçó que no perd actualitat”. Martínez

destaca el cas del diari *La Publicidad*, que era molt crític, encara que també molt innovador, “ja que va enviar un periodista a fer una sèrie de reportatges sobre la situació a la frontera amb la Catalunya

Nord i va investigar els fets, en comptes d’avenir-se a la versió oficial”.

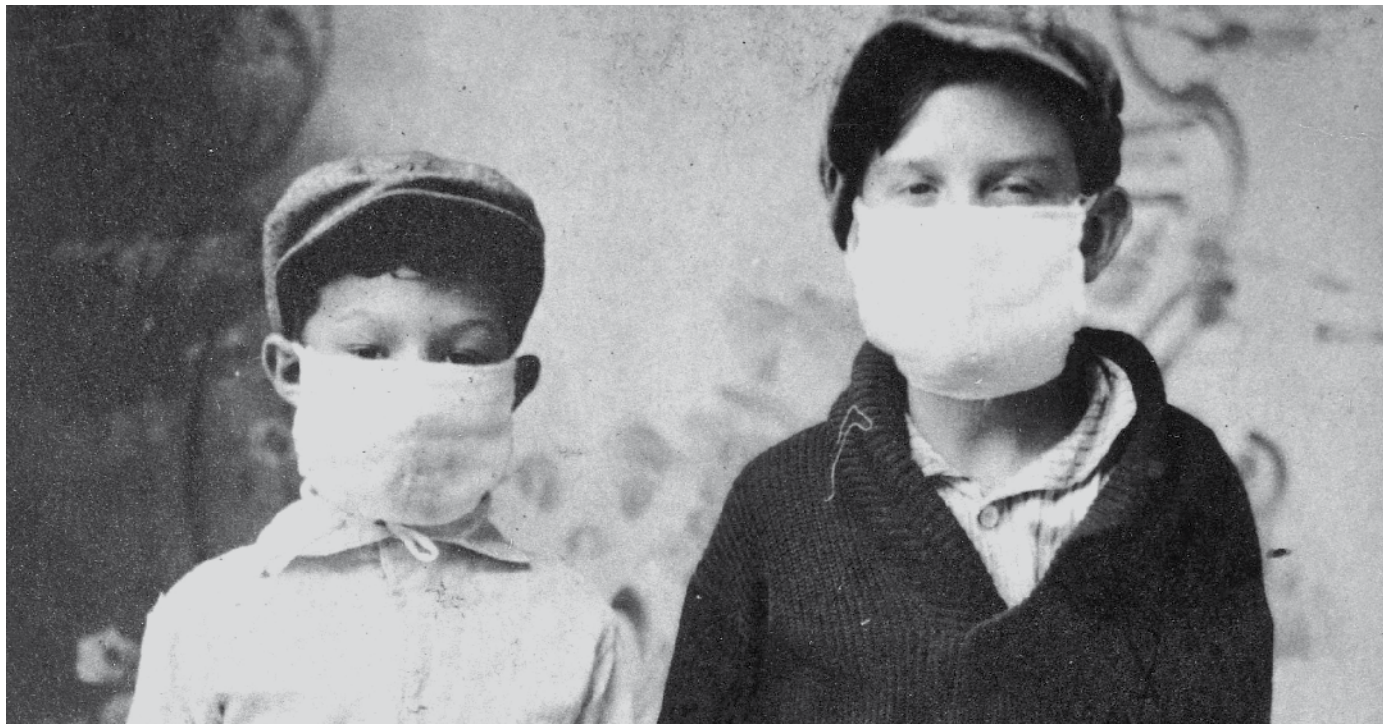
MENTIDES DE TOT TIPUS

En l’article, Martínez també repassa les *fake news* de la grip espanyola. “En la premsa de l’època —escriu— també trobem informació sobre els tractaments. A banda de les aspirines, la quinina, els purgants —recomanats per l’inspector provincial de Sanitat en persona—, les sagnies i el desinfectants per al nas i la gola, molts malalts van confiar en les begudes alcohòliques com a remei infal·lible. Un anunci deia textualment: ‘Les

persones que, com a única beguda, prenguin cervesa, es veuran lliures del contagi de les malalties infeccioses”.

I alguns van anar més enllà de la teoria sobre els efectes miraculosos de la cervesa. “Com que es desconeixia l’agent causant de l’epidèmia, es publicaven moltes hipòtesis. Alguns opinaven que l’origen de la infecció era a l’aigua, al sol, a l’aire, en alguns aliments, als pous negres, a l’acumulació d’escombraries i —encara— als miasmes... I, naturalment, no va faltar qui va atribuir la grip a la falta de pudor de les modes femenines —massa escotades— o, directament, a un càstig diví. Tal és el cas de la publicació vallesana *La Comarca* del 19 d’octubre”, afegeix.

I és que durant les diferents pandèmies pretèrites es van escoltar i llegir autèntiques barbaritats, fruit sovint del temor que s’estenia entre la població. Tal com recordava l’escriptor i historiador Francisco Martínez Hoyos, també a mitjan març, en un article —“Las pandemias y el fantasma del miedo— a *La Vanguardia*, la por ha estat una constant en la societat durant les



Nens de Florida amb màscares durant la mal anomenada *grip espanyola*. Foto: Arxius estatals de Florida

grans epidèmies. La necessitat de trobar un culpable és un fet comú en aquest context. I, en el passat, els sospitosos habituals acostumaven a ser els estrangers, els marginats socials o els jueus. Aquests últims veien com en aquell context de temor i alta mortalitat, s'accentuava l'antisemitisme molt arrelat en la mentalitat de l'època.

Martínez Hoyos també recorda que, el 1918, l'epidèmia de grip va provocar, un cop més, les acusacions infundades habituals i que la premsa europea també hi va col·laborar. “En aquell ambient d'angoixa, la premsa del país gal no va dubtar a culpar de la grip l'enemic germànic. Les teories més descabellades semblaven creïbles en aquells moments. Circulaven rumors sobre conserves arribades des d'Espanya

en què els agents del kàiser haurien introduït agents patògens”, explica Martínez Hoyos, que puntualitza que mai no es va comprovar cap d'aquells rumors i que, a més, recorda que Alemanya també es va veure afectada per aquella epidèmia.

En l'actualitat les coses han canviat molt. Per començar, les estructures sanitàries i les condicions higièniques són a anys llum de temps passats. I, avui dia, és molt difícil trobar certes les acusacions gratuïtes i sense fonament en mitjans de comunicació de referència. En canvi, l'existència de les xarxes socials i de la missatgeria instantània s'ha convertit en un niu de desinformació i de fake news en què les mentides corren a una velocitat inusitada. En aquest aspecte, quan es dona una ullada al passat les diferències ja comencen a diluir-se. Ç

Més informació a:

www.brookings.edu/blog/techtank/2020/03/16/lessons-from-past-pandemics-disinformation-scapegoating-and-social-distancing › Article de Lawrence R. Poos a Brookings Institution

www.lrp.cat/reportatges/article/1756845-lluny-de-la-pandemia-del-1918.html › Article de Lluís Martínez a *La República*

www.lavanguardia.com/historiayvida/edad-media/20200318/474235896725/miedo-coronavirus- peste-negra-gripe-espanola.html › Article de Francisco Martínez Hoyos a *La Vanguardia*



Dossier
Periodisme i Covid-19



MÉS ENLLÀ DE LES LÍNIES VERMELLES

El periodisme d'investigació xinès agafa força
enmig de la crisi del coronavirus

La cobertura de l'epidèmia per part de mitjans xinesos crítics ha exposat la mala gestió de les autoritats quan el virus es començava a estendre. També ha mostrat la relació del periodisme amb el poder a la Xina, on es permet certa flexibilitat amb la censura en situacions de crisi nacional. En aquest article, el periodista Javier Borràs Arumí –excorresponsal d'EFE a Pequín i autor del llibre *Roja y gris. Andanzas y tribulaciones de un joven corresponsal en China* (Alfabeto, 2019)– analitza el paper que ha tingut el periodisme del gegant asiàtic durant aquesta històrica alerta sanitària.



TEXT JAVIER BORRÀS ARUMÍ



Una família de Xangai passeja pel carrer amb mascaretes a final de gener, quan encara la pandèmia no s'havia estès a nombrosos països. Foto: Alamy

L'impacte de la pandèmia del coronavirus ja és d'abast mundial, però el primer país que es va veure afectat i que va haver de prendre decisions radicals respecte d'aquesta epidèmia va ser la Xina. Pequín va posar en quarantena regions senceres –la província de Hubei, focus inicial de l'epidèmia–, va declarar el confinament

L'ACTUAL CRISI HA DEMOSTRAT LA IMPORTÀNCIA D'UN CONJUNT DE MITJANS XINESOS CRÍTICS, PIONERS EN PERIODISME D'INVESTIGACIÓ

general i va paralytizar l'economia. Eren mesures que, en aquell moment, la resta del món mirava amb suspicàcia, com si fossin una excepcionalitat del model xinès. Ara bé, com hem pogut veure, el “mètode xinès” es va acabar estenent a molts altres països del món, inclosos els occidentals.

Quin paper han tingut els mitjans de comunicació xinesos en aquesta crisi? Des d'Occident, se sol veure l'ecosistema mediàtic xinès de manera dicotòmica: per

una banda, hi hauria els mitjans de comunicació propagandístics del poder –els *Pravda* xinesos– i, per l'altra, unes suposades capçaleres dissidents enfrontades al Partit Comunista. Aquesta divisió és simplista.

Si una cosa ha demostrat l'actual crisi del coronavirus, és la importància d'un conjunt de mitjans de comunicació xinesos crítics, pioners en el periodisme d'investigació al país, que no tenen com a missió lluitar contra

el sistema polític, sinó buscar els límits del que el poder permet per a poder exposar males pràctiques o casos de corrupció que mai destaparien els mitjans oficials, però, alhora, anant amb compte per evitar ser escapçats per la censura.

PUBLICACIONS CRÍTQUES

El mitjà estrella d'aquest periodisme crític xinès és la revista *Caixin*, que ha publicat desenes d'exclusives sobre l'epidèmia

del coronavirus. Un dels reportatges més destacats, en el qual van participar més de trenta periodistes del mitjà, va exposar com en les etapes inicials de l'epidèmia les autoritats de Hubei es van dedicar a silenciar metges que alertaven del problema, i com van intentar amagar el nombre de persones afectades i el fet que es pogués transmetre el virus de persona a persona –inicialment es creia que només es podia transmetre d'animal a persona.

Altres revistes crítiques com *Caijing* van destapar com aquestes mateixes autoritats locals van intentar impedir la feina d'una comissió nacional d'investigació sobre el virus que les autoritats de Pequín havien enviat a Hubei, per intentar esclarir què estava passant amb aquesta epidèmia.

En un article al digital xinès *Sixth Tone*, la investigadora de la Universitat de Nanjing Zheng Jiawen analitzava com altres mitjans com *China Newsweek* o el *Sanlian Life Week* també han format part d'aquesta onada d'exclusives, explicant problemes de pacients als qui els era negat



Portades de les revistes crítiques Caixin i Caijing amb exclusives sobre el coronavirus

el tracte als hospitals, o les corrupteles de la Creu Roja xinesa encarregada d'actuar durant l'epidèmia. De fet, moltes de les informacions que mitjans internacionals com el *The New York Times* o el *Financial Times* han escrit sobre el coronavirus estan basades en el que han destapat aquestes publicacions crítiques xineses.

Aquests mitjans, però, no han aparegut arran de l'epidèmia del coronavirus. Ja fa temps que exposen temes polèmics —sempre des de dintre de l'establishment mediàtic xinès i sense posar en dubte el sistema. Per entendre com actuen, és important tenir clar com funciona en general el periodisme a la Xina.

El model periodístic xinès, tal com també passa en l'economia, es mou entre el

CAIXIN O CAIJING HAN PUBLICAT EXCLUSIVES QUE CARREGUEN CONTRA LA GESTIÓ DE LES AUTORITATS DE HUBEI, FOCUS INICIAL DE L'EPIDÈMIA

poder polític i el mercat. Tots els mitjans de comunicació xinesos són de propietat estatal, encara que, alhora, han d'actuar

sota una economia capitalista i obtenir beneficis per a poder sobreviure. El govern xinès és també qui imposa límits, censura i directrius a la informació, al mateix temps que els mitjans han de

MOLTES INFORMACIONS DEL NEW YORK TIMES O DEL FINANCIAL TIMES ESTAN BASADES EN EL QUE HAN DESTAPAT AQUESTES PUBLICACIONS CRÍTiques

buscar com obtenir guanys dintre d'unes línies vermelles que imposa el sistema.

En general, els diaris xinesos es divideixen en dos: els del periodisme "oficial", que segueix de manera més estricta les línies i discursos marcats pel Partit Comunista, i els anomenats "diaris comercials", que so-

len tenir més llibertat de contingut amb l'objectiu que puguin atreure lectors i augmentar-ne les vendes. Dintre dels "diaris comercials",

que tenen més grau de llibertat gràcies a la seva orientació de mercat, hi trobem els mitjans crítics xinesos, que podem ano-

menar com a *periodisme de frontera* xinès, com els ja anomenats *Caixin* o *Caijing*.

ELS LÍMITS DEL PODER

Per què parlem de periodisme xinès "de frontera"? Com explica l'especialista en mitjans xinesos Maria Repnikova al llibre *Media Politics in China*, els mitjans crítics xinesos es mouen al límit de les línies vermelles marcades —de manera implícita— pel Partit Comunista. Són mitjans que no són dissidents i que saben molt bé que serien tancats si toquessin temes tabú, com la situació al Tibet o el monopoli del poder del Partit Comunista. Amb tot, hi ha assumptes com escàndols de corrupció locals, problemes mediambientals o catàstrofes naturals o humanes —com per exemple el coronavirus— en què sí que tenen marge per actuar.

Per què l'autoritari poder xinès permet l'existència d'aquest tipus de mitjans?

En primer lloc, perquè són mitjans que poden ser molt útils de cara al govern central de Pequín, ja que poden destapar males pràctiques o corrupcions de governs locals que, si no són eliminades ràpidament pel govern central, podrien crear malestar entre

la població i crear inestabilitat en el sistema. Gràcies a l'actuació d'aquests mitjans crítics, el govern de Pequín pot identificar problemes locals que desconeixia, adonar-se del descontentament de la població respecte de certs assumptes i, com a conseqüència, pensar-hi una solució. Els periodistes crítics xinesos coneixen aquest rol útil que tenen cap a les autoritats, i aprofiten la situació per a poder tensar les línies vermelles i poder anar encara més lluny en les investigacions.

Els reportatges d'aquests mitjans crítics mai solen tenir un llenguatge estrident de denúncia, sinó que les crítiques es fan de manera indirecta, mitjançant, per exemple, l'opinió d'experts citats en els reportatges

SI FOSSIN LLIURES...

L'organització internacional Reporters sense Fronteres ha estat molt crítica amb la Xina arran de la crisi del coronavirus. En un comunicat, a final de març, titulat "Si la premsa xinesa fos lliure, el coronavirus no seria una pandèmia", RsF sosté que "sense el control i la censura imposada per les autoritats de Xina, els mitjans xinesos haurien informat la ciutadania molt abans de la gravetat de l'epidèmia de coronavirus i haurien salvat així milers de vides i haurien evitat, potser, l'actual pandèmia". Des de RsF recorden que, a mitjan març, investigadors de la Universitat de Southampton ja suggerien que el nombre de casos al gegant asiàtic es podria haver reduït un 86% si les primeres mesures –preses el 20 de gener– s'haguessin implementat dues setmanes abans. I això, segons RsF, hauria estat possible si la premsa xinesa hagués informat de notícies com el simulacre de pandèmia de coronavirus que, a l'octubre de

2019, el Centre John Hopkins per la Seguretat de la Salut, en associació amb el Fòrum Econòmic Mundial i la Fundació Bill i Melinda Gates, i segons el qual podria haver 65 milions de morts en 18 mesos.

També critiquen que les autoritats de Wuhan ocultessin als mitjans el brot epidèmic vinculat a un mercat molt popular, perquè la gent hauria deixat de visitar-lo molt abans del que va ser el tancament oficial. Altres crítiques es refereixen a com en una premsa lliure el doctor Li Xiaohong, que va detectar els primers casos, podria haver alertat els mitjans o bé al fet que la xarxa social WeChat –amb mil milions d'usuaris actius a la Xina– hauria permès als periodistes transmetre informes i consells de precaució que haurien contribuït a un millor compliment de les normes recomanades per les autoritats sanitàries.

o a través d'històries humanes que posin en relleu el problema. S'exposen els fets de la manera més asèptica possible, sense oferir conclusions encara que aclareixen al lector tots els fets, perquè pugui arribar a les seves pròpies conclusions. D'aquesta manera es pretén evitar la confrontació directa amb el poder: la prioritat del periodisme crític xinès no és denunciar una injustícia, sinó aconseguir influir certs sectors del Partit Comunista mitjançant la

per exemple, fins i tot mitjans oficials com el *Global Times* van criticar durament alguns dirigents del Partit Comunista de Hubei, cosa que no hauria passat en un altre context. El director del *Global Times*, Hu Xijin, és conegut per tenir opinions polèmiques que molts cops es desvien de l'ortodòxia oficial.

L'elasticitat de la censura xinesa es va poder veure quan es va produir la mort per coronavirus del doctor Li Wenliang, un metge que havia alertat de l'epidèmia a l'inici del brot i que va tenir com a conseqüència de

ser amonestat per la policia local. La seva mort va generar un rebombori històric a les xarxes socials xineses, on predominaven les mostres de condol i de disgust contra les autoritats.

En un altra situació, el Partit Comunista hauria decidit censurar tots els missatges relacionats amb el doctor Li. Tanmateix, en aquest context, va decidir rebaixar la censura i fer de les xarxes socials una vàlvula per on escapés el descontentament de la població. Fins i tot els grans mitjans

oficials xinesos van posar com a notícia principal la mort del doctor Li i el van assenyalar com un "màrtir" en la lluita contra el coronavirus.

Si per les xarxes socials xineses ha corregut el periodisme crític o el descontentament de la població, cal destacar que també hi és present un fenomen ben conegut a Occident: les notícies sensacionalistes, les *fake news*, els remeis falsos contra el coronavirus o les teories de la conspiració sobre el seu origen. El periodisme xinès no està al marge dels mals de la comercialització del periodisme. El mateix sistema de mercat que va donar aires al periodisme crític xinès també ho ha fet amb el pescaclics o l'entreteniment banal –i ha creat una crisi de model de negoci per al periodisme xinès més seriós.

Malgrat tot, el periodisme xinès d'investigació ha pogut tornar a agafar força gràcies a la seva actuació en un moment crític, quan el públic necessitava informació fiable més que mai. Ni la propaganda oficial ni l'entreteniment informatiu digital haurien pogut suplir aquesta tasca. El bon periodisme xinès ha demostrat ser necessari no mitjançant proclames sentimentalistes, sinó a través dels fets. Ç

FINS I TOT MITJANS OFICIALS COM EL *GLOBAL TIMES* VAN CRITICAR DIRIGENTS DE HUBEI, UN FET QUE NO HAURIA PASSAT EN UN ALTRE CONTEXT

informació i així poder tenir un impacte polític real. L'objectiu final no és crear rebombori sobre un problema, sinó pressionar perquè el poder el solucioni.

CENSURA ELÀSTICA

L'actuació dels mitjans xinesos crítics ens mostra que les línies vermelles imposades pel poder i la censura existeixen a la Xina, però que els seus límits no estan del tot definits i el seu grau d'obertura és variable. En la recent crisi del coronavirus,



Manifestació de l'1 de febrer de 1976 amb el lema "Llibertat, Amnistia i Estatut d'Autonomia", que va ser durament reprimida per la policia. Foto: Robert Ramos

UN RELAT DIFERENT

El paper la premsa nacionalista catalana i basca davant els reptes de la Transició

TEXT DAVID CAMINADA

El passat 20 de gener, el periodista David Caminada va ser apunyalat a la plaça Sant Jaume per un jove que anteriorment havia mort dues persones més a Ciutat Vella. Caminada, que tenia una dilatada experiència professional, era doctor en Comunicació per la UPF. Sis mesos abans de morir havia defensat la seva tesi doctoral sobre el paper dels mitjans nacionalistes a Catalunya i Euskadi durant la Transició. En aquestes pàgines reproduïm un extracte de les conclusions de la seva tesi.

Després de quatre dècades de dictadura franquista, l'arribada d'un sistema democràtic va plantejar als nacionalismes català i basc reptes a diferents nivells. Un d'aquests era el polític, que es concretava en la proposta de projectes polítics reivindicatius en relació amb l'autogovern que poguessin arribar a ser hegemònics o influents en la societat. Un altre repte destacat era, sense cap mena de dubte, el periodístic i comunicatiu, que també tenia relació amb la política i la configuració d'una opinió pública democràtica. Després d'anys de silenci forçat, el nacionalisme català i el basc aspiraven a

ELS NOUS MITJANS VAN TRANSFORMAR ELS ECOSISTEMES MEDIÀTICS CATALÀ I BASC DONANT VEU A PENSAMENTS SILENCIATS DURANT DÈCADES

ser influents davant una ciutadania que anhelava participar en la vida pública i que reclamava nous canals democràtics de comunicació.

Per aquesta raó, sectors polítics i socials integrants d'ambdós corrents ideològics incloïen dins de la seva estratègia per afrontar l'arribada de la democràcia, la creació de mitjans de comunicació propis. Es tractava, en primer lloc, d'acabar l'hegemonia dels mitjans obertament del Movimiento Nacional o que, havent avalat durant dècades la causa franquista, afrontaven dubtes o incerteses a l'hora d'avançar cap a un sistema plenament democràtic. Però davant un període fonamental en la història recent d'Espanya es

tractava, també, d'explicar als lectors nacionalistes, catalans o bascos, la realitat del que succeïa amb el seu propi llenguatge, la seva pròpia visió i valors, i la seva pròpia llengua. L'aparició d'aquests nous mitjans va transformar els ecosistemes mediàtics de Catalunya i Euskadi i va donar veu a ideologies o formes de pensament que durant dècades havien estat silenciades.

INICIATIVA DE LA SOCIETAT CIVIL

En aquest sentit, la premsa diària nacionalista a Catalunya i Euskadi ofería un relat diferent a l'oficialista i espanyolista i permetia una anàlisi i una interpretació en coherència i reivindicació dels seus valors "nacionals". No és gens estrany, doncs, que ja en el tardofranquisme i en els primers anys de la democràcia apareguessin nous diaris vinculats al nacionalisme.

Van ser diaris "populars", no en el sentit d'anar dirigits a grups de població amb una formació i un nivell socioeconòmic mitjà o baix, sinó en el d'haver sorgit per iniciativa i impuls d'amplis segments de la societat civil, que veia en aquests un mitjà per enfortir la identitat i impulsar les institucions d'autogovern. Amb la clara excepció d'*El Correo Catalán*, que comptava ja amb una història centenària i tenia com a empresa editora una societat mercantil que va anar canviant l'accionariat en el tardofranquisme i durant la Transició, l'*Avui*, el *Deia* i l'*Egin* van aparèixer l'abril

de 1976, el juny i el setembre de 1977 afavorits per sectors del nacionalisme català i basc.

La consolidació com a projecte va ser possible gràcies a les petites aportacions econòmiques de milers de ciutadans i ciutadanes que van participar en campanyes de finançament col·lectiva. Des d'aquesta perspectiva, els tres diaris sentien la vocació d'oferir una visió transversal i inclusiva de les diferents tendències del nacionalisme català i basc, tot i que amb el pas del temps afrontarien el risc de caure sota la influència o el control de sigles polítiques concretes i de convertir-se en "diaris de partit".

L'origen "popular" i col·lectiu és una de les característiques destacades de la nova premsa nacionalista catalana i basca. També ho és que, després de la seva aparició, es converteix en símbol de la reivindicació d'un projecte polític, social, cultural i econòmic i, indirectament, en representació d'un conflicte obert amb l'Estat espanyol que devia negociar-se tenint en compte la seva pròpia personalitat històrica i política catalana i basca, a més d'articular una nova Espanya amb generositat política i econòmica cap a les "nacionalidades y regiones".

Des d'aquesta òptica, la premsa nacionalista va tenir un marcat to reivindicatiu per l'establiment d'un règim d'autogovern a Barcelona i a Vitòria. També el va tenir pel que fa a la divulgació històrica i cultural pròpia, i en la defensa i promoció del català i de l'eusquera, que havien estat



TRANSICIONS NACIONALISTES

Catalunya i el País Basc tingueren aspectes propis durant la Transició al règim establert el 1978. Com a úniques nacionalitats històriques amb estatuts d'autonomia vigents en acabar la Guerra Civil, n'era indispensable la recuperació. Unes transicions més llargues, que David Caminada Díaz –periodista, professor i investigador– ha estudiat a través de la premsa nacionalista, en la seva esplèndida tesi doctoral. El doctor Caminada aborda un objecte d'estudi que té menys coincidències de les que l'enunciat pot pressuposar. No semblava fàcil endinsar-se en l'estudi simultani de dues transicions nacionalistes diferents. La catalana d'ampli consens unitari, davant de la basca sotmesa a les tensions agudes d'una doble violència terrorista i policial. Una premsa nacionalista catalana liderada per un diari centenari en castellà –*El Correo Catalán*, en mans de Jordi Pujol– i un diari nou en català d'ampli suport popular –*Avui*–, davant d'una premsa nacionalista basca, tardana, vinculada d'origen al PNB –*Deia*– i a l'esquerra radical –*Egin*. La desconstrucció del relat informatiu i del comportament polític d'aquests diaris ha resultat un mètode eficaç i clarificador, enriquit pels testimonis aportats per les entrevistes fetes a periodistes i polítics que en foren protagonistes.

Jaume Guillaumet

Catedràtic del Departament de Comunicació de la UPF i director de la tesi de David Caminada.

perseguits pel règim franquista. Existeixen, no obstant, importants diferències entre els dos diaris catalans estudiats, entre els dos bascos i entre l'experiència catalana i basca.

Les diferències són històriques i de context, encara que també conceptuals i lingüístiques, atès que mentre que en el

ES VA APOSTAR PER JOVES COMPROMESOS AMB LA CONSTRUCCIÓ "NACIONAL" I EL PERIODISME AFAVORINT LA RENOVACIÓ PROFESSIONAL

cas català les entitats politicoterritorials que es plantejaven eren Catalunya i Països Catalans, en el cas basc s'utilitzaven els conceptes *Euskadi*, *Euzkadi*, *País Vasco*, *Euskal Herria*, *Euskadi Norte*, *Euskadi Sur* i *Iparralde*. També estava obert l'estatus polític de Navarra i l'eventual incorporació a Euskadi. Dels diaris analitzats, *El Correo Catalán* és l'únic que té un origen diferent, en el sentit que no va néixer en l'inici de la Transició, sinó que va ser fundat molt abans, el 1876, abanderant la causa carlista, catòlica i tradicionalista.

DIFERENTS REALITATS

En la premsa nacionalista basca, sí que s'ha comprovat que, després d'un primer període integrador i inclusiu (fins al gener de 1979 en el cas del *Deia*, i novembre de 1978 en el d'*Egin*), els dos diaris nacionalistes bascos van prendre partit per opcions polítiques concretes.

La situació és diferent per a la premsa nacionalista a Catalunya, on no s'han

AMB DUES PREMSSES VAN VIURE LA TRANSICIÓ MÉS PENDENTS DELS SEUS PROBLEMES I REPTES QUE D'ESTABLIR PARAL·LELISMES I DE FORJAR ALIANCES

observat inclinacions partidistes ni per part d'*El Correo Catalán* ni de l'*Avui*, tot i que sí que s'ha produït una evolució en la

visió del nacionalisme o del catalanisme que transmeten: al principi, definit amb majors trets ideològics i conceptuals més transversals i, després, més assimilats a sigles concretes.

Malgrat això, *El Correo Catalán* centra la visió periodística en una Catalunya autonòmica dins d'una Espanya monàr-

quica, mentre que l'*Avui* aposta per un projecte fortament nacionalista català, tot exigint un autogovern fort i continuista amb

el llegat de la Segona República. Entre 1977 i 1978, l'*Avui* es va posicionar molt explícitament en favor de Tarradellas. Aquesta actitud s'ha interpretat com una mostra de suport a qui ostentava la màxima representació de la Generalitat de Catalunya i que enllaçava, a la vegada, amb el sistema legal i estatutari de 1932. Segons aquesta interpretació, es pretenia garantir una continuïtat institucional i no adoptar una actitud partidista.

EL FACTOR DE LES ARMES

La investigació ha subratllat similituds i diferències entre la situació viscuda a Catalunya i Euskadi. Com s'ha explicat anteriorment, la nova premsa diària nacionalista catalana i basca té un origen similar, sent impulsada per amplis col·lectius socials, culturals i associatius. Les noves redaccions van apostar per periodistes joves, amb poca experiència, però compromesos amb els valors del periodisme i la construcció "nacional" catalana i basca, pel que afavoriren una renovació professional i la posada en marxa de nous mitjans sense la petjada ni la taca d'anys de règim franquista.

A nivell periodístic, la reclamació de llibertat d'informació i d'expressió va existir tant a Catalunya com a Euskadi. El cas Huertas, els atemp-

tats contra la revista *El Popus*, a Barcelona, i *Punto y Hora de Euskal Herria*, a Pamplona, el cas Vinader, el cas Sánchez Erasuskin

L'INTERÈS DE CATALUNYA CAP A EUSKADI VA SER MÉS GRAN –PROBABLEMENT INFLUÏT PEL FENOMEN DE LA VIOLÈNCIA– QUE A L'INREVÉS

són exemples d'atacs i processos judicials contra mitjans i periodistes, davant dels quals la professió periodística va sortir en defensa de la llibertat informativa i del paper del periodisme en l'enfortiment de la llibertat i de la democràcia.

Malgrat això, el fenomen de la violència política al País Basc va introduir matisos i diferències comparativament amb Catalunya. En el cas basc, la crueta de la violència suposa un factor d'incertesa i d'amenaça per al propi col·lectiu de periodistes.

Davant d'aquest escenari, convé preguntar-se quina actitud haurien de mantenir els professionals de la informació i com haurien de reaccionar els mitjans de comunicació.

El *Deia* i l'*Egin* hi van donar respostes diferents. Revisant el

material d'hemeroteca, sorprèn la duresa d'algunes fotografies publicades en els dos diaris bascos sobre víctimes d'atemptats o accions policials. Es tracta d'imatges en què es poden observar, en un pla molt tancat, la persona morta estesa en el lloc dels fets o en el dipòsit de cadàvers.

També pot sorprendre l'asèpsia d'alguns relats periodístics. Aquesta circumstància permetria suggerir que, en els anys setanta del segle xx, podria existir una certa deshumanització de les víctimes i que el

concepte de *la víctima* es va desenvolupar, socialment i periodísticament, més tard, a partir dels anys vuitanta. En la premsa catalana, va existir un interès periodístic per la violència a Euskadi, si bé va tenir un caràcter més puntual i excepcional, i es partia d'una perspectiva diferent. No hi havia tanta crueta i el focus se situava en la necessitat de pau i de reconciliació.

INTERÈS RECÍPROC

Els fets polítics que es produeixen a Catalunya i Euskadi entre 1977 i 1981 són diferents, tot i que la reclamació d'autogovern sigui compartida per ambdues comunitats.

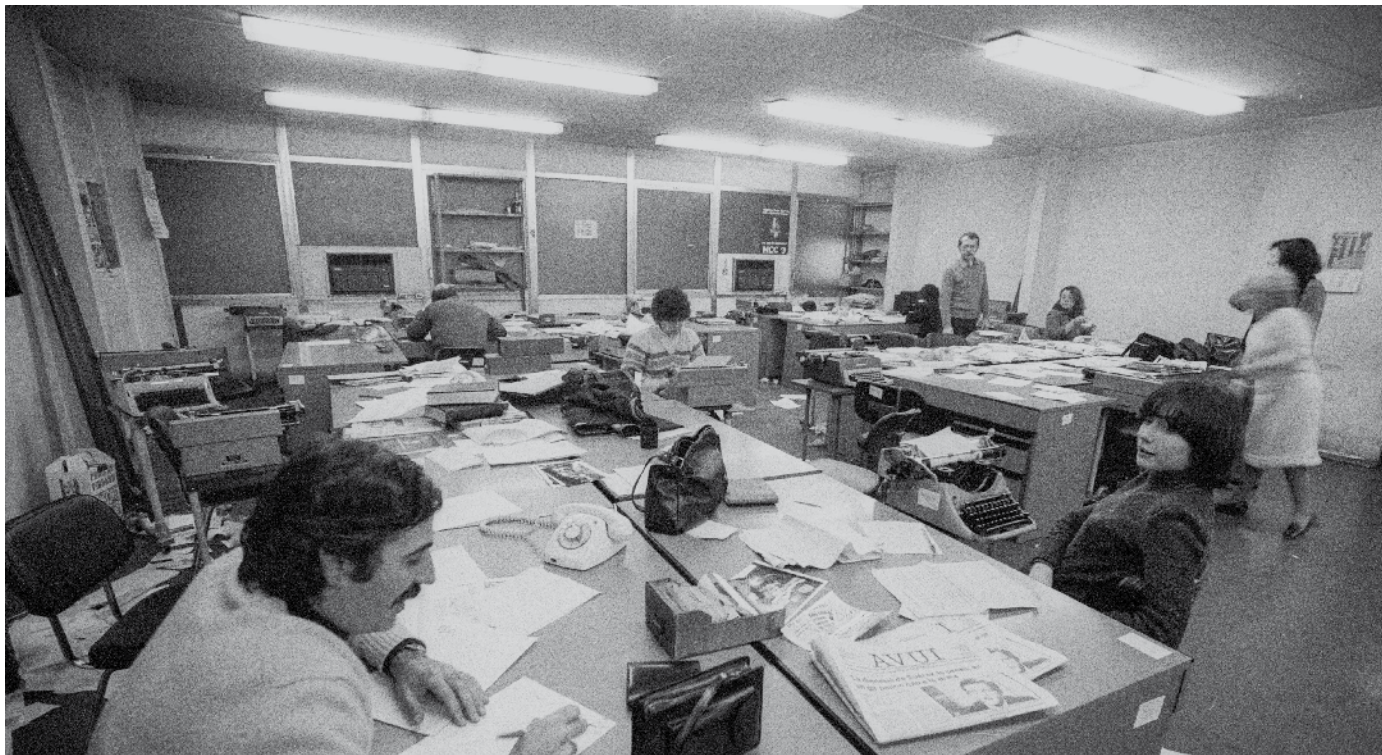
Aquesta és una diferència significativa. També ho és la unitat que existeix des de l'inici de la Transició en el catalanisme polític sobre la recuperació de l'autogovern, mentre que el nacionalisme basc certifica, des de 1976, la desunió i la ruptura impulsant diferents partits i estratègies. De la mateixa manera, en el cas basc, van cohabitar entre 1978 i 1980 dues realitats, la del Consejo General Vasco (CGV) i la de l'exili basc, amb el *lehendakari* Leizaola com la seva màxima representació.

Malgrat les diferències històriques i polítiques, des de la premsa diària, va existir un interès recíproc entre Catalunya i Euskadi. Entre 1977 i 1980, aquest interès va estar limitat a destacats fets polítics i successos. El diari *Avui* va mostrar interès en la reivindicació de l'*Aberri Eguna* (o dia de la Pàtria basca), el restabliment provisional de l'autogovern basc, el resultat de diferents eleccions a Euskadi, el referèndum estatutari, la posada en marxa de l'autogovern a Vitòria i el problema de la violència.

El *Correo Catalán* va centrar l'interès en la reclamació i el projecte d'autogovern basc i en el fenomen de la violència. El *Deia* i l'*Egin* van mostrar un interès puntual cap a la Generalitat provisional i el retorn de Tarradellas, el referèndum estatutari i la posada en marxa de l'autogovern a Barcelona. A partir de 1980, tant la premsa nacionalista catalana com la basca (el *Deia*,



Una capçalera històrica (*El Correo Catalán*) i dues de noves (*Avui* i *Deia*) van explicar la Transició des d'un punt de vista diferent del de Madrid.



Els periodistes Josep Gifreu i Montserrat Radigales a la primera redacció de l'Avui al carrer de Llúria al febrer de 1981. Foto: Robert Ramos

essencialment) van focalitzar l'interès en les institucions i la gestió de les comunitats autònomes.

No obstant això, s'ha de subratllar que la premsa nacionalista catalana i la basca van viure la transició democràtica més

EL CORREO CATALÁN, L'AVUI, EL DEIA I L'EGIN VAN APORTAR UN RELAT DIFERENT, UNA RADIOGRAFIA MÉS COMPLETA, PLURAL I PRECISA DE LA TRANSICIÓ

pendents dels problemes i dels reptes en els seus propis territoris que d'establir paral·lelismes i forjar aliances. Des d'aquesta perspectiva, i segons suggereix la investigació, l'interès de Catalunya cap a Euskadi va ser més gran (probablement

influït pel fenomen de la violència i la necessitat de posar en marxa un procés de pau) que a l'inrevés.

Amb tots els matisos expressats fins aquí, en uns anys de transició democràtica complexos en els quals es van establir les bases de l'actual Estat de les autonomies, la premsa nacionalista i basca va tenir un paper fonamental en l'impuls i la consolidació dels sistemes d'autogovern a Catalunya i Euskadi.

Va suposar una transformació en els ecosistemes mediàtics català i basc, afegint una veu, una perspectiva i una llengua

diferents a la que oferia la premsa espanyolista, que tenia un passat franquista o que clarament pertanyien al Movimiento Nacional.

Així, mitjans de comunicació com *El Correo Catalán*, l'*Avui*, el *Deia* i l'*Egin*, amb les diferències que existien entre si, van aportar un "relat" i van promoure un projecte d'Estat democràtic diferent als que difonia la premsa espanyolista a Madrid, a Barcelona o a Bilbao. Aquest relat "diferent" contribueix a traçar una radiografia més completa, plural i precisa, del que va ser el procés de la Transició en tota la seva riquesa i complexitat. Ç

Més informació a:

www.repositori.upf.edu/handle/10230/42231 › Tesi doctoral de David Caminada. *La premsa nacionalista catalana y vasca ante la Constitución, los Estatutos de Autonomía y la consolidación del autogobierno en Cataluña y Euskadi (1977-1981)*.





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:

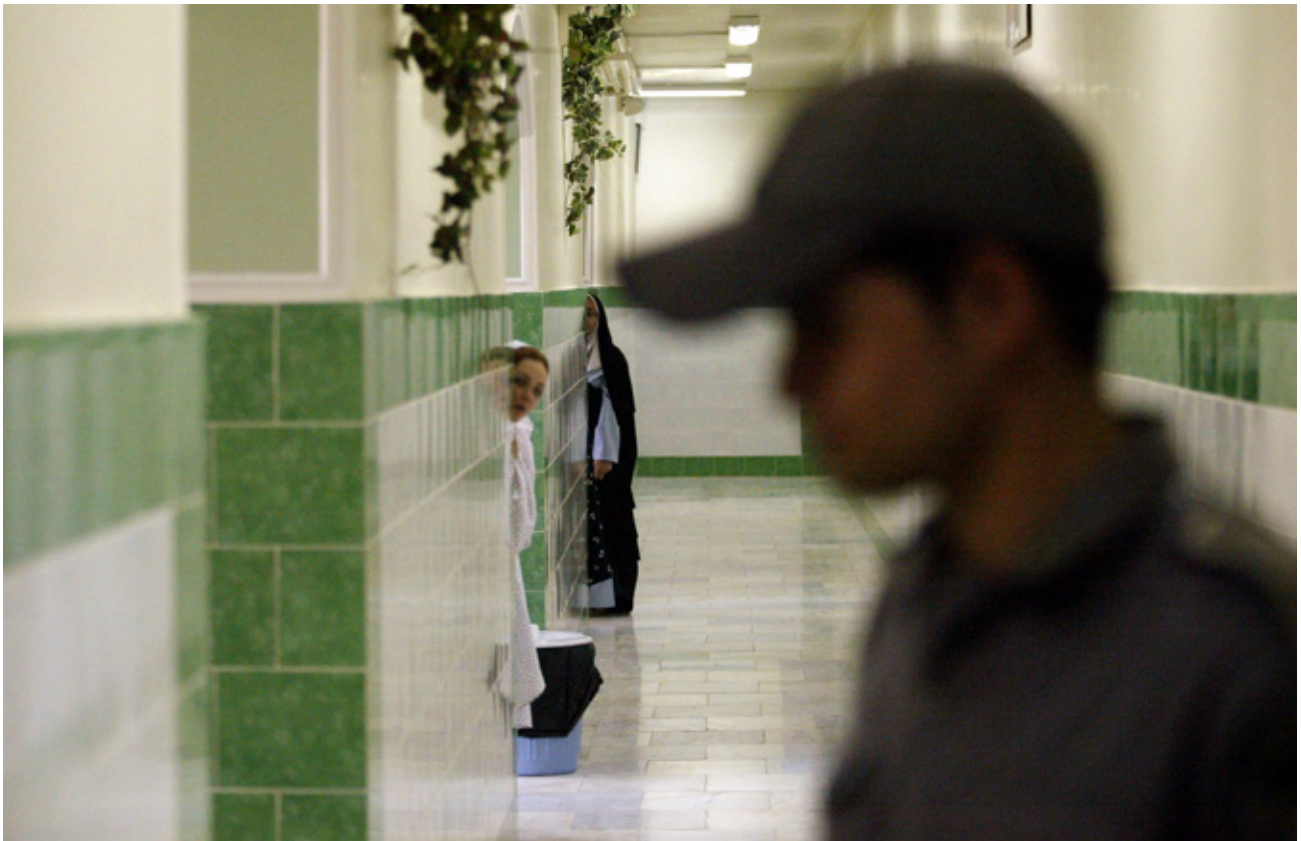


fundació
Ferrer Eguizábal

LA PRESÓ DE LES PERIODISTES

Testimonis de les professionals de la informació al país dels aiatol·làs

TEXT CATALINA GÓMEZ ÀNGEL



Dones recluses a la presó d'Evin (Teheran), on el Règim tanca opositors i periodistes, en una imatge d'arxiu. Foto: Mohammad Kheirkhah / Alamy

Segons l'organització Reporters sense Fronteres, l'Iran és la principal presó del món per a les periodistes. Per tant, l'exercici de la professió és més que delicat al país dels aiatol·làs quan qui informa és una dona. Des de Teheran, Catalina Gómez Àngel, periodista freelance especialitzada des de fa una dècada en l'Orient Mitjà i que viu al país persa des del 2011, relata com viuen i treballen les professionals de la informació en aquesta república islàmica.

L'escena: un saló gran adornat amb cortines pesades, la bandera de l'Iran i les fotos dels dos aiatol·làs, Ruhollah Khomeini i Ali Khamenei. No menys de la meitat de les cadires negres estil director general que solen adornar aquests salons de reunions estan ocupades per dones, moltes d'elles cobertes amb el xador tradicional que, amb llibreta i bolígraf en mà, prenen nota del que diu el funcionari o l'empresari en qüestió.

Quan arriba el torn, llancen la pregunta amb una determinació que de vegades intimida i després, si l'assumpte és urgent, truquen amb pressa a les redaccions per dictar les notícies. Treballen per a les tantes agències i diaris que, malgrat els anys de crisi econòmica –i pressió des de diferents estaments del règim– segueixen existint. Moltes altres ho fan per a les diferents televisions que formen part de la radiotelevisió estatal.

Però això no sempre ha estat així, ho recorden moltes de les periodistes que tot just començaven en l'ofici en la dècada dels noranta, quan l'Iran començava a obrir-se molt lentament. En aquells dies, moltes se sentien apartades i fins i tot atemorides per companys que amb prou feines s'acostumaven a la tornada de les dones a les redaccions.

LA SOSPITA CONSTANT

“A molts homes no els agrada ser periodistes, busquen posicions més altes, i aquestes vacants han acabat sent ocupades per dones”, explica la Sara, una de les

periodistes escrites més llegides, i respectades, en temes relacionats amb la política.

Els seus articles i les seves piulades són referents en la premsa local, si bé ella no ignora que ser dona i periodista implica també lliurar moltes batalles contra una manera de pensar que s'imposa en la

"L'IRAN TÉ A LA PRESÓ MÉS DONES PERIODISTES QUE QUALSEVOL ALTRE PAÍS AL MÓN"

Reza Moini, Reporters Sense Fronteres

societat. “Quan aconseguim una exclusiva sempre ronda la pregunta de com ho hem aconseguit. Sempre sospiten que utilitzem una eina femenina per fer-ho. Ens qüestionen abans d'avaluar la nostra feina, fins i tot ho fan moltes dones, mentre que amb un home mai passa això”, explica la Sara, que creu que un dels aspectes més difícils als quals s'enfronten és guanyar-se la confiança de les fonts.

Molts homes, especialment els més conservadors, es cohibeixen enfront d'una

NARGES MOHAMMADI, PERIODISTA I ACTIVISTA DE DRETS HUMANS, HA ESTAT SENTENCIADA A SETZE ANYS DE PRESÓ

dona, un fet que no passa amb els homes. No se senten còmodes creant lligams amb nosaltres. Això porta al fet que cadascun dels moviments de la dona sigui calculat

per no enviar el missatge equivocacat. I no només amb les fonts sinó també amb els caps. “Cal treballar molt per guanyar-se'n la confiança”, admet.

Ara bé, res és més complicat que les línies vermelles imposades per la classe dirigent –i els mateixos mitjans per aconseguir-ne la supervivència–, la censura i, sobretot, l'autocensura a la qual tots els periodistes –homes i dones, nacionals i estrangers– s'enfronten a

l'Iran. A més, se sumen, les sospites que sempre volten entre els serveis d'intel·ligència que segueixen els mitjans, o en el sistema judicial. Són molt freqüents les acusacions com la d'espionar o actuar en contra de la seguretat nacional.

L'Informe de Reporters Sense Fronteres (RSF) de 2019 va assenyalar l'Iran com el major carceller de dones del planeta. “Ja era un dels cinc carcellers més grans de periodistes. Ara l'Iran té a la presó més dones per les activitats periodístiques que qualsevol altre país al món”, assegurava Reza Moini, director del departament de RSF per a l'Iran i l'Afganistan. Entre les que es troben

empresonades hi ha Narges Mohammadi, coneguda periodista i activista de drets humans que ha estat sentenciada a setze anys de presó.



Manifestants protestant a Londres per la situació dels periodistes -molts d'ells són dones- empresonats pel règim iranià. Foto: Alamy

CONTROL I PRECARIETAT

“Soc aquí perquè he de treballar, però em mata el dolor. Tres integrants de la meua família van morir i jo m’he de quedar callada”, deia al novembre passat amb veu extremadament baixa i els ulls humitejats una de les periodistes que freqüenten aquests tipus d’esdeveniments. Concretament, cobria el discurs de la “victòria” del comandant en cap de la Guàrdia Revolucionària, Hussein Salami, a la placeta d’Enqelab, dies després que la República Islàmica donés per finalitzades les protestes que van sorgir al país quan, de la nit al dia, s’anunciava un augment —en alguns casos del tres-cents per cent— del preu de la gasolina.

Les protestes, que van començar com un reclam popular, amb els dies van anar convertint-se en una violència desconeguda a l’Iran després que un sector de la població cremés bancs, gasolineres i oficines governamentals.

La resposta del Govern va ser la repressió més gran i violenta dels quaranta anys de

la República Islàmica, que va incloure la desconnexió total d’Internet durant més d’una setmana. La censura i la pressió contra els mitjans de comunicació ha permès evitar que s’investigués què va passar realment i quantes persones hi van perdre la vida. Sis mesos després d’aquells fets, el Govern segueix donant excuses per no donar la xifra de morts.

L’ÈPOCA DAURADA DEL PERIODISME IRANIÀ VA SER, ENTRE 1997 I 2005, DURANT EL GOVERN REFORMISTA DE MOHAMMAD JATAMI

Amnistia internacional va comptabilitzar 304 morts en una investigació —inclosos una dotzena de menors d’edat— tot i que, segons altres versions recopilades per Reuters a través de fonts no identificades, ascendirien fins a 1.500 persones.

Més enllà de l’abast de la repressió, que possiblement mai se sabrà —com tampoc se sabrà què va passar la matinada de

gener quan des d’una base dels guardians revolucionaris es llançaren dos míssils que van abatre un avió ucraïnès—, cal destacar el control de la informació, que mai havia arribat a un nivell tal.

Una periodista que treballa com a corresponsal en una de les regions on es van donar protestes no podia contenir les

llàgrimes setmanes després de recordar la pressió que van viure aquells dies. Tots els seus telèfons estaven intervinguts —un fet habitual—, encara que

aquesta vegada havia rebut missatges que l’advertien que no podia parlar amb estrangers i tenia por de perdre la seva feina. Podia sentir al clatell la respiració dels que la controlaven. Ella, com molts altres periodistes, no es pot oferir el luxe de perdre la feina, ja que el seu marit és freelance i la situació econòmica del país no convida a protagonitzar actes heroics. La majoria dels periodistes, especialment els repor-

ters, han de tenir almenys una altra feina addicional per poder sobreviure.

CENSURA I PRESSIONS

La Fereshté és soltera i viu amb els pares. Això li va donar la llibertat d'abandonar el treball que tenia en una de les cadenes de la televisió iraniana després de les protestes de desembre de 2017, on en algunes províncies la població va queixar-se per la mala situació econòmica, les condicions laborals i l'atur.

Davant de tot això, la cadena on treballava –que en emetre's en un idioma diferent al farsi i tenir menys restriccions– va decidir no cobrir les manifestacions. Els seus caps van argumentar que complien una ordre del Consell Suprem de Seguretat Nacional. Aquesta periodista no entenia per què, com a mínim, no ho donaven, ni que fos tangencialment, com a protestes per la situació econòmica.

“No val la pena treballar per a un mitjà de comunicació que té por de cobrir unes protestes”, es va dir ella mateixa.

Actualment, aquesta periodista col·labora amb diversos mitjans internacionals i és extremadament activa en les xarxes socials,

LA RESPOSTA ALS GREUS ALDARULLS DE FA UNS MESOS VA PROVOCAR UN CONTROL DE LA INFORMACIÓ MAI VIST FINS LLAVORS

on intenta mantenir un equilibri, inusual en una societat tan polaritzada, sobre la realitat social i política de país.

Aquesta tasca –informar des de les xarxes socials– és sovint fins i tot més difícil que treballar en un mitjà de comunicació, ja que els atacs són molts forts i no arriben aïllats, sinó que són grupals. “Moltes de les persones que ataquen creuen que és molt més fàcil ficar-se amb una dona”, assegura.

Dies enrere va fer una piulada en persa relacionada amb unes declaracions del Líder Suprem. Minuts després algú que la coneixia li va enviar un missatge ben clar. “És millor que ho esborris per no tenir un mal de cap”, li deia. Després de

pensar-s'ho, va decidir esborrar-ho. Sap que pel fet de col·laborar amb la premsa estrangera està més exposada. “Intento ser justa. Veig les coses negatives del govern perquè ningú pot negar que es cometem molts errors, ara bé, també hi ha aspectes positius”, afirma

la Fereshte, que reconeix que dins d'un sector de la República Islàmica saben dels problemes que pateixen i són conscients de les crítiques, tot i així, es neguen a canviar. “El meu objectiu és fer-ho millor, mostrar el que s'ha de transformar, encara que ells no vulguin”, afirma.

LLIBERTAT AMB PROBLEMES

“Cada dia les línies són més i més vermelles. En la mesura que avancem, els camins són molt més estrets”, reconeix Shahrzad Emati, una de les periodistes especialitzades en temes socials més reconegudes de l'Iran. Ella ha seguit la saga de grans periodistes que s'han dedicat a aquests temes com Jila Baniyaghoob, que es va convertir

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



en un referent en temes de drets de la dona i infants durant l'anomenada època daurada del periodisme iranià, que va tenir lloc durant el govern del reformista Mohammad Khatami entre 1997 i 2005.

D'alçada mitjana i complexió extremadament prima, és impossible endevinar la fortalesa d'aquesta dona que ha passat diverses vegades per la presó per causa de la seva feina com a periodista. L'última vegada, i la més dràstica, va ser després de les protestes del 2009, quan va sorgir l'anomenat *moviment verd*. Part de les experiències que va viure en el primer pas per la presó, el 2006, quan començava el govern de Mahmud Ahmadinejad, les va recollir en un llibre que s'ha traduït a l'anglès i en el qual explica la relació amb les carcelleres i amb els interrogadors.

Avui la Jila està en llibertat, però com també els passa a altres periodistes que han viscut per la mateixa experiència que ella, té prohibit fer cap cobertura a l'Iran i tractar temes relacionats amb la realitat

nacional. Pocs dies abans que el coronavirus cancel·lés totes les activitats culturals, va presentar un llibre sobre el líder afganès Massoud i, a més, realitza piulades per denunciar la realitat social de país.

L'ESTABILITAT LABORAL PREOCUPA MÉS QUE LA CENSURA, SOBRETOT ENTRE LES PERIODISTES QUE DECIDEIXEN SER MARES

“Un periodista ha de ser periodista, i no un activista social, perquè l'activisme interfereix en la professió, però això a l'Iran és extremadament difícil que passi. És impossible mirar cap a un altre costat, no involucrar-se i he de reconèixer que això m'ha passat”, admet Shahrzad Emati, que explica que hi ha factors que impedeixen que les dones iranianes desenvolupin tot el seu potencial. Per exemple, no poden cobrir temes amb l'excusa que són perillosos i també hi ha les pressions de la família, atemorida per les conseqüències. I és que quan a un periodista el porten

davant la justícia, sobretot en el cas d'una dona, la família hi queda involucrada. Moltes vegades reben pressió o bé la seva dignitat –un aspecte socialment molt valuós en la societat iraniania– queda molt afectada. “No és difícil veure com es fiquen amb un germà, o amb el pare, i els acusen de ser indignes per no haver pogut controlar-la”, explica una periodista que col·labora amb mitjans internacionals i que, com moltes altres, demana no ser identificada.

“Hi va haver un temps en què es podien escriure coses que ara són impossibles. Cada vegada estem més limitats en el que podem explicar”, conclou Shahrzad Emati que, com moltes periodistes consultades, assegura que tot i que la censura hauria de ser el que més preocupa una periodista a l'Iran, el més important acaba sent l'estabilitat laboral. Especialment quan volen ser mares, com és el seu cas. Ç



Periodistes a la redacció del diari reformista *Shargh*, que el règim iranià ja ha tancat diverses vegades en els darrers anys. Foto: Mohammad Kheirkhah / Alamy



**AJUTS DE 300€
PER ALS AUTÒNOMS**

BARCELONA MAI S'ATURA

Més informació: barcelonactiva.cat/autonomes

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. Durant aquests mesos estem concentrant els nostres esforços en oferir una formació variada totalment on line

CURSOS

- Redacció crítiques i reportatges gastronòmics
- Introducció a l'Analítica web
- Iniciació al Wordpress per a periodistes
- Com utilitzar instagram stories
- Personal Branding 3.0.
- Com aconseguir subscriptors per al teu mitjà digital
- Com fer un reportatge multimèdia de principi a fi
- L'E-mail màrqueting: una eina per redescobrir
- Edita vídeos professionals amb el mòbil
- Lateral thinking per a autònoms
- Com crear infografies per a xarxes socials
- Construeix un butlletí eficaç
- Claus de la redacció digital i de marca
- Digital Media Management per a periodistes
- Storytelling aplicat a la comunicació política
- Millora la teva presència a LinkedIn
- Introducció al periodisme mòbil
- Riscos reputacionals, detecció, avaluació i plans de mitigació

- Curs de Comunicació interna en l'entorn professional
- Aprèn a utilitzar Mailchimp per enviar la teva newsletter
- Tècniques d'Esctura Creativa
- Introducció al SEO per a comunicadors
- Storytelling: relat empresarial, polític i personal
- Taller de vídeo en directe per a xarxes socials
- Podcast per a periodistes

WEBINARS

- Telegram, Tik tok i Twitch
- Desinformació: kit d'emergència per verificar a internet i xarxes
- Teletreballa de forma segura
- Com gestionar les crisis en xarxes socials
- Whatsapp com a eina de màrqueting
- Introducció al Branded Content
- Com hem d'escriure a facebook i twitter
- LinkedIn per a periodistes
- Claus per redactar crítiques i reportatges gastronòmics
- Gestiona, retoca i millora les teves

fotos amb el mòbil

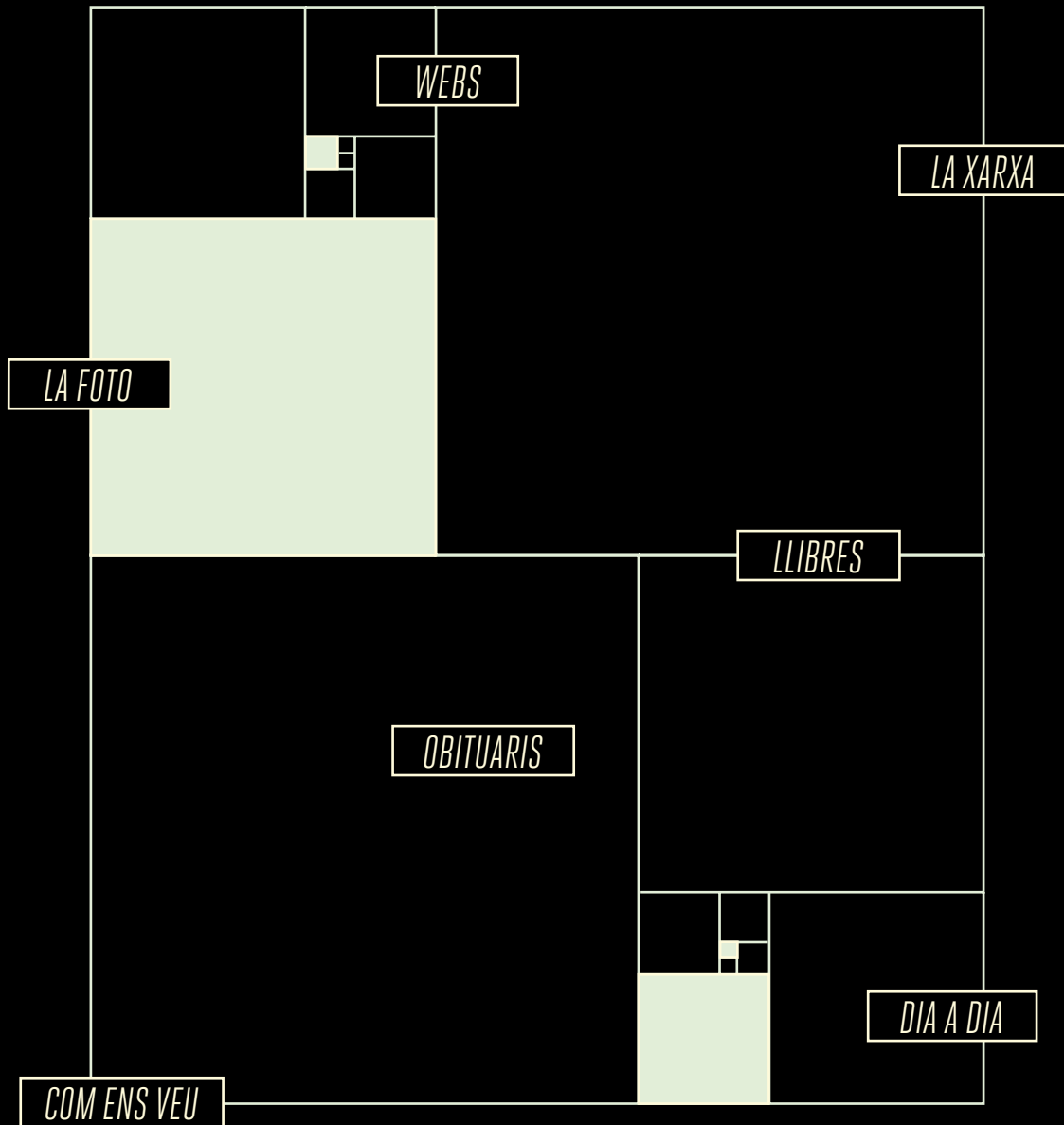
- Quina és la millor xarxa per al meu negoci
- Com fer Cronologies interactives
- Zoom per a periodistes
- Aprèn a planificar el teu calendari de continguts a les xarxes socials
- Facebook Live i Instagram Live com a eina de màrqueting
- Periodisme mòbil: crea continguts amb el teu smartphone
- Com aconseguir patrocinadors per a la teva marca
- Com treballa un periodista multimèdia
- Empodera la teva comunicació a les xarxes
- Ajuts per a autònoms
- Gamifica les teves publicacions a Instagram Stories i fidelitza la teva audiència
- Visualització de dades amb Flourish i Datawrapper
- Fes imatges animades per xarxes socials i guanya likes
- Introducció al inbound marketing
- Introducció al Social Media Paid
- La web 3.0: la web semàntica i les seves aplicacions

Més informació i inscripcions a www.periodistes.cat/formacio



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



EL RESSÒ DEL REI EMÈRIT

<https://contrainformacion.es/la-prensa-espanola-ignora-el-escandalo-de-juan-carlos-i-en-sus-portadas/>
www.elnacional.cat/ca/politica/esclata-prensa-internacional-milions-joan-carles-suisa_476571_102.html

El 4 de març, el diari *Tribune de Genève* treia en portada que, el 2012, el rei Joan Carles va rebre cent milions de dòlars procedents de l'entorn del rei d'Aràbia Saudita i que la justícia suïssa ho estava investigant. El primer enllaç ha recopilat les portades dels principals diaris espanyols d'aquells dies per veure si recollien el tema. En el segon, hi ha la reacció de part de la premsa estrangera. Podeu fer-ne comparacions.

EFFECTES ESPECIALS DEL TEMPS

www.businesscloud.co.uk/news/weather-channel-creates-perfect-storm-for-mixed-reality

The Weather Channel és una cadena nord-americana especialitzada en informacions del temps que ara incorpora als seus espais la Mixed Reality. Aquesta tecnologia, que barreja realitat augmentada i realitat virtual, introdueix efectes especials en temps real als informatius: llampecs que cauen a prop del presentador, arbres i parets arrossegats pel vent, etcètera.



SENSE PUBLICITAT

<https://scroll.com/>

Scroll proposa una alternativa a l'actual publicitat digital. Els usuaris paguen una quota mensual i veuen les notícies als webs originals, però sense anuncis. La quota es reparteix entre el socis i permet tenir una compensació. Amb el suport de *The Verge*, *Slate*, *The Atlantic* i *USA Today*, entre altres publicacions nord-americanes.

EUROPA I ELS ATACS AL PERIODISME

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fighting-words-journalism-under-assault-central-and-eastern-europe>

Aquest estudi del Reuters Institute for the Study of Journalism diu que hi ha molts països a Europa on el periodisme està en perill perquè rep atacs sistemàtics dels poders. Polònia, Sèrbia, Albània, Eslovàquia i Hongria hi són assenyalats.

MOLTA PUBLICITAT

www.enriquedans.com/2020/02/la-publicidad-y-la-normalizacion-de-lo-nunca-debio-ser-normal.html

Enrique Dans comenta l'excessiva presència d'anuncis a molts mitjans en línia i posa exemples de portades de publicacions amb un 60% de publicitat i un 40% d'informació. Un percentatge excessiu que explicaria l'ús massiu de bloquejadors de publicitat per part dels usuaris.

EL NEW YORK TIMES PER DINS

www.nytimes.com/series/understanding-the-times

Aquí teniu una sèrie d'articles que el diari nord-americà està publicant sobre el seu funcionament intern: com els reporters intenten ser imparcials, la decisió sobre quins temes s'investiguen, etcètera.



DETECTOR D'IMATGES FALSES

<https://jigsaw.google.com/assembler/>

Google, via la seva incubadora Jigsaw, impulsa Assembler, una eina digital per descobrir imatges falses o manipulades. El projecte, que no està obert al públic, demana a periodistes, investigadors i organitzacions interessades que s'hi posin en contacte.

TENDÈNCIES PERIODÍSTIQUES

<https://muckrack.com/trends/>

Una eina semblant a Google Trends, però especialitzada en els temes que estan tractant els periodistes i mitjans d'arreu del món. Permet fer comparatives entre assumptes, companyies, personatges famosos, productes d'èxit, etcètera.

OBSERVANT LES POLÍTIQUES DIGITALS

<https://tipicidadano.es/topics/>

No és fàcil saber què fan els partits al Congrés dels Diputats sobre el difús àmbit digital. Ara TITI Ciudadanos incorpora l'apartat Democracia y Derechos en la Era Digital, per fer el seguiment automàtic de propostes en temes com protecció de dades, intel·ligència artificial, algorismes, Internet, etcètera.

QUI, QUÈ, QUAN, ON I PER QUÈ

<https://www.revista5w.com/>

Periodisme actual i global, fet per joves professionals que es descriuen com "un grup de periodistes ambulants amb ganes de pensar, d'escriure i de fotografiar. El títol fa referència a les llegendàries 5W del periodisme clàssic: *Who, What, When, Where i Why*. Alguns dels temes: *Miedo, hastío y desesperación en Lesbos* (digital). I també *Odio* (un llibre de paper sobre l'odi com a motor del món actual).

UNA RELACIÓ INCÒMODA

Julian Assange i els mitjans de comunicació mai no s'han entès



Per alguns sectors, Julian Assange s'ha convertit en un símbol al qual se'l persegueix injustament.

L'empresonament i el judici al Regne Unit per la seva extradició als Estats Units porta de nou l'atenció mediàtica sobre el cas Assange. Uns 1.500 periodistes ja han firmat un manifest global –al qual s'ha adherit el Col·legi de Periodistes– contra la situació del fundador de WikiLeaks, a qui les acusacions d'espionatge i delictes informàtics del govern nord-americà li poden suposar fins a 175 anys de presó. Rebrota una història llarga i enrevessada que és motiu d'atacs, suports i interpretacions mediàtiques de signe molt divers. Assange, enfrontat al poder i amb una relació incòmoda amb la premsa, esdevé una prova de foc sobre la salut i els límits del periodisme.

Fem una mica de memòria. Quan, l'any 2010, WikiLeaks va començar les grans filtracions amb documents sobre crims nord-americans a les guerres d'Iraq i d'Afganistan, Assange es va convertir en un heroi popular que guanyava premis i reconeixements internacionals i mobilitzava al seu voltant els principals mitjans progressistes del món. Això el va fer un objectiu prioritari de les forces que volia desemmascar, però aviat va esdevenir, també, un personatge questionat i sovint rebutjat per part de la mateixa premsa que l'acompanyava.

Com s'explica? Un dels factors és que Assange i la premsa mai no s'han agradat. Ell volia canviar el món amb una proposta d'informació sense filtres, basada en la revelació de secrets obtinguts a través de l'anònimat d'Internet i pensava que això ajudaria a fer un món més just. Ara bé, era una tasca per a la qual ne-

cessitava la col·laboració dels mitjans tradicionals, els quals detestava. I els mitjans el veien com algú que envaïa llur territori amb mètodes no convencionals i que creava una tensió massa gran amb el poder.

El llibre *Julian Assange. Autobiografia no autoritzada* està farcit de referències contra la premsa. Parla de "l'indignant espectacle dels mitjans de comunicació moderns" i dels "figafors tancats en els seus despatsos de vidre". Són models diferents, amb interessos, velocitats, i cultures que no acaben d'encaixar. Apareixen divergències raonables de mètode, de tractament dels materials filtrats, edició dels con-

ASSANGE SE SENT TRAÏ PELS MITJANS, ALS QUALS ACUSA D'HAVER CEDIT DAVANT ELS INTERESSOS CORPORATIUS I POLÍTICS

tinguts, etcètera. A més dels enemics cantats del seu radicalisme ideològic, comença a tenir diferències amb les publicacions amigues. I aquestes creixen quan es desfermen pressions polítiques i accions legals contra les filtracions.

Assange enumera enganys i trampes per part de *The Independent* i *The Guardian*, del que diu que és "el diari més infame del món". Acusa els mitjans que treballen amb WikiLeaks de pactar amb els governs els límits dels continguts que publicaran. I dona abundants detalls de la pèssima relació amb el

The New York Times i el seu interlocutor al diari, Bill Keller, a qui acusa de ser l'origen de la seva llegenda negra al presentar-lo "com un personatge extret d'un thriller de l'Stieg Larsson: un home mig pirata, mig teòric de la conspiració que feia servir el sexe tant per passar-ho bé com per violar". Per part seva, Keller diu que WikiLeaks és una "una font evasiva, manipuladora i volàtil" i que Assange no està capacitat per valorar, comprovar i processar adequadament els materials que tracta.

DURES CRÍTQUES

Somiatruïtes, arrogant, inconscient, egocèntric, quixot, mite destruït, activista, criminal, pirata informàtic, heroi, barreja d'heroi i malvat, fals periodista, traïdor i espia són algunes de les etiquetes que Assange ha rebut al llarg del temps. La seva història dona per a molt, especialment els episodis sobre l'acusació de violació a Suècia i el refugi durant més de set anys a l'ambaixada de l'Equador a Londres. També compten derives inquietants: l'any 2016, durant la campanya electoral nord-americana, WikiLeaks publica milers de correus electrònics del Partit Demòcrata. La filtració, que perjudica Clinton i afavoreix Trump, havia estat facilitada per agents russos.

És el centre d'articles de tota mena. Alguns el critiquen, molts el banalitzen i d'altres intenten ponderar-ne els encerts i els errors. Assange se sent traït pels mitjans, que pensa que han utilitzat WikiLeaks i que, finalment, han cedit als interessos corporatius i a les pressions polítiques. Els defensors incondicionals són a les publicacions antisistema, que el reivindiquen com un heroi i en organitzacions que han reunit milers de signatures en favor de la seva llibertat.

ENLLAÇOS

El paper de la premsa en el caso Assange
<https://blogs.publico.es/otrasmiradas/21236/el-papel-de-la-prensa-en-el-caso-assange/>

¿Espia o periodista?
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48405963>

Assassinate Assange?
www.washingtontimes.com/news/2010/dec/2/assassinate-assange/

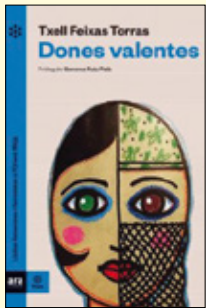
El error de llamarle periodista
https://elpais.com/elpais/2019/05/15/eps/1557937168_850658.html



SANGRE EN ATARAZANAS

Francisco Madrid | Librosdevanguardia, 2020 | 240 pàgines

En els anys 20 i 30, la Barcelona canalla i noctàmbula va enlluernar personatges tan diversos com George Bataille, Simone Weil, Douglas Fairbanks o Jean Genet, que va ambientar la seva novel·la autobiogràfica *Diari d'un lladre* en els sòrdids carrers de les Drassanes i la Rambla. Va ser el cronista Paco Madrid qui va batejar aquell Districte Cinquè amb el nom que el faria cèlebre: *Barri Xino*. Els reportatges publicats a la revista *El Escándalo*, recollits en aquest llibre, són una joia del periodisme narratiu i d'infiltració. Assidu als locals de moda de l'època —Bataclan, La Criolla, Cal Sacristà...— i del famós bordell Madame Le Petit, Madrid va elaborar un retrat detallat i existencial dels personatges que pul·lulaven per la nit barcelonina: pistolers i gàngsters arribats d'arreu del món, cràpules de l'alta societat, *madames* i prostitutes, gígolós i transvestits, traficants de cocaïna, policies, cantiners, *modistilles* i fabricants de Terrassa i Sabadell a la cerca d'emocions fortes. Tot plegat, amant amb les circumstàncies socials, la conflictivitat i la violència que es vivien a la Barcelona d'aquells anys.



DONES VALENTES

Txell Feixas Torras | Ara Llibres, 2020 | 172 pàgines

Corresponsal de tv3 i Catalunya Ràdio al Pròxim Orient, l'autora ha escollit una quinzena de retalls de vida de dones valentes, veritables heroïnes i supervivents alhora, que ha anat coneixent en les estades als campaments de Rojava, als carrerons de Gaza, als afores de Beirut o de Damasc o un llogaret de l'Afganistan. Els testimonis de la Majd, enginyera palestina que il·lumina Gaza; de la Benchmyer, la minyona que va escapar de l'esclavatge; de la Gulan, combatent de les Unitats de Protecció Popular kurdes (YPG); de la Hiyam, segrestada per l'Estat Islàmic; o de l'Alaà, refugiada siriana que amb tretze anys ha de mantenir la família venent aigua pels carrers, són finestres a la quotidianitat d'unes dones que s'han entestat a resistir contra les nombroses adversitats que les esclafen: el sistema patriarcal, els marits, la guerra, la pobresa, els bombardeigs, les tradicions, la submissió... Al Pròxim Orient, en aquest racó del món tan torturat i maleït, hi ha una revolució silenciosa i clandestina en marxa. I són les dones les que protagonitzen, tossudes i anònimes, la revolta.



REPORTERO. MEMORIAS DEL ÚLTIMO GRAN PERIODISTA AMERICANO

Seymour M. Hersh | Ediciones Península, 2019 | 512 pàgines

Són les memòries d'un dels grans del periodisme. Pocs ostenten els guardons aconseguits per aquest periodista: el premi Pulitzer, el George Polk Award cinc vegades, el National Magazine Award dos cops, el Los Angeles Times Book Prize, el George Orwell Award... I menys encara poden vanter-se d'haver ocupat les portades dels principals diaris del món: des de les denúncies de les atrocitats de My Lai, durant la guerra del Vietnam, i per les quals va obtenir el Pulitzer el 1970, a les revelacions sobre les tortures comeses a la presó d'Abu Ghraib. Enamorat del seu ofici "que no canviaria per res", i que defineix com "l'art d'explicar veritats importants i incòmodes", Seymour Hersh no estalvia, però, les crítiques a una "professió que amb tanta facilitat se sotmet a les concessions i l'autocensura", una paraula, aquesta, considerada tabú entre el gremi, si bé l'autor, tot i detestar-la, reconeix haver-hi cedit a l'influx en algun cas. Al llarg de les pàgines del llibre, desfila la història en majúscules del seu país durant els darrers cinquanta anys.

UN BARCELONÍ A BEIRUT

Tomás Alcoverro
Editorial dièresis, 2019
296 pàgines



"Beirut em dona vida, Beirut ensenya que allò provisional és el que més dura. Beirut és un torrent d'emocions, un excés de mites i fatalitats. (...) Beirut és on m'agrada envellir", escriu Tomás Alcoverro, corresponsal de *La Vanguardia*. Va aterrar a Beirut per primera vegada

l'any 1970 i, des de llavors, ha estat testimoni de les crisis, de les guerres i de tot allò que ha alterat l'harmonia de la seva ciutat escollida. Amb tot, el llibre no parla de conflictes, sinó de carrers, paisatges i places; veus, mirades i gent; històries compartides, moments, mestissatges i vides secretes. Un manual imprescindible per conèixer els misteris i les essències de la més mediterrània de totes les ciutats mediterrànies.

LA CAPSA VERMELLA

Antoni Campaña
Editorial Comanegra, 2019
320 pàgines



Antoni Campaña (1906-1989) era un reconegut fotògraf dels anys trenta especialitzat en fotografia artística i esportiva. Anys després de la seva mort, van aparèixer dues capses vermelles, amagades a la casa de Sant Cugat del Vallès on havia residit, que

contenien més de 5.000 negatius i 600 fotografies de la Guerra Civil espanyola meticulosament classificats. El descobriment va ser sorprenent: Campaña no era fotoperiodista, en canvi, l'arxiu revela un prodigiós mostrar de la vida quotidiana a la ciutat en aquells temps de guerra i de postguerra; a més, la immensa majoria de les fotos no han estat mai publicades. La selecció d'imatges i la redacció dels texts han anat a càrrec del periodista Plàcid Garcia-Planas, l'historiador Arnau González i el fotògraf David Ramos.

BLOCKCHAIN Y PERIODISMO

Joaquín Marqués-Pascual i Marçal Sintès-Olivella

(coord.)

Editorial UOC, 2020

195 pàgines



Parlar de *blockchain* (cadena de blocs) ens remet al fastuós món de les criptomonedes, a una xarxa d'ordinadors que s'alimenta horitzontalment *peer-to-peer* i a una base de dades inalterable: tot plegat a una tecnologia 4.0 certament complexa que provoca força recels entre els especialistes de moltes disciplines. El periodisme n'és un exemple. Els diversos autors del llibre ens mostren les nombroses possibilitats que aquesta tecnologia podria aportar a un ofici afectat per dues greus crisis: de model de negoci i de credibilitat. El llibre ens parla de noves eines de verificació de continguts, de pagaments virtuals, de nous models de negoci de la informació, de repensar la gestió de la publicitat, de qualitat periodística, d'ètica, de periodisme civil i informació pública... En resum: una primera introducció pedagògica a la fusió promissòria entre la tecnologia *blockchain* i els mitjans.

LA TIRANÍA DEL CLIC

Bernardo Marín García

Turner Minor, 2019

96 pàgines



Es diu que la indústria periodística, en l'inici de la nova era, va cometre dos errors de pes: cedir graciosament els continguts a la Xarxa i confondre quantitat i qualitat, posicionament i influència. Bernardo Marín, sotsdirector d'*El País*, ens explica les conseqüències per a la informació d'aquesta llei de la selva en què ha esdevingut Internet. El "tot s'hi val" és un preu que el periodisme no pot pagar. Atraure l'atenció del lector com sigui per obtenir l'anhelat *clic* perverteix l'ofici i eleva la trivialitat i la intrascendència –i les notícies falses van en aquest mateix paquet– a categoria informativa. Cal reformular el trànsit de la premsa tradicional a la digital. D'això va aquest llibre.

MARKETING DIGITAL 360. IMPLEMENTACIÓN PRÁCTICA

Joseba Ruiz Díez

Ediciones Anaya Multimedia, 2019

296 pàgines



La revolució digital ha comportat una revolució en la publicitat. Així, el web 2.0 ve acompanyat des del bressol del màrqueting 2.0, una nova percepció del mercat i dels usuaris que incorpora una diversitat ingent de noves eines, estratègies, tècniques i recursos. Joseba Ruiz, analista web i docent de la Universitat de Mondragón, ens mostra la part més desconeguda i tècnica del màrqueting digital, encara que amb pretensions divulgatives i amb força exemples pràctics. Com elaborar el pla digital d'una empresa, el seu posicionament en motors de cerca, la visualització de dades, la planificació analítica en web i App, com aplicar la protecció de dades o tècniques estadístiques i mètodes de Data Science són alguns dels conceptes que desfilen pels capítols del llibre. Altament recomanable per als qui treballen en aquest sector.

RETRATS PARALLELS

Montserrat Roig

Edicions 62, 2019

254 pàgines



L'elecció que han fet Gemma Ruiz i Albert Fornés d'aquestes divuit entrevistes demostren dues coses: que l'entrevista no és un gènere menor i que el periodisme en aquells anys, entre el 1972 i 1976, era una activitat de prestigi. Josep Pla, Mercè Rodoreda, Joan Brossa, Pere Calders, Mary Santpere, Antoni Tàpies, Miquel Martí i Pol, Oriol Bohigas, Maria del Mar Bonet i Eugeni Xammar són alguns dels personatges clau per entendre la reconstrucció de la cultura catalana –quan tot just amainava la foscor existencial del franquisme– entrevistats per una Montserrat Roig plena de talent i d'ofici. I tot plegat amb fotografies de Pilar Aymerich, que acompanyava la periodista en aquestes converses.

ODIO. CRÓNICAS DE LARGA DISTANCIA

Diversos autors

5W, 2020

256 pàgines



La col·lecció de llibres *5W*, de periodicitat anual, és un compendi de cròniques en profunditat, pensament i reflexió i imatges impecables. Aquesta vegada, els reportatges de llarga distància exploren les manifestacions de l'odi que intenta instal·lar-se en el centre del discurs polític: les víctimes de Trump, atacs xenòfobs contra la comunitat gitana a Itàlia, supremacistes jueus que volen fer fora els palestins, nens soldat al Congo, el genocidi yazidí a l'Iraq, nazis europeus, l'amenaçat col·lectiu LGBTI a Hondures, el patiment dels MENA a les ciutats espanyoles... "L'odi ja no és als marges. L'odi mou el món", escriu un dels autors. Lectura recomanable per entendre el que passa al nostre planeta.

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





Clemente Bernad

— • LA FOTO • —

RETRAT DE LA PANDÈMIA

El reconegut fotògraf Clemente Bernad és l'autor de la primera de les exposicions virtuals del Museu Reina Sofia durant el confinament. Bernad (Pamplona, 1963) ofereix un total de trenta imatges preses des que es va establir l'estat d'alarma per causa de la pandèmia del coronavirus. La mostra, que es titula "Ante el Umbral" i que es pot veure al web del museu (www.museoreinasofia.es)—, va sorgir per casualitat després que un responsable d'aquest museu d'art contemporani veiés el treball de Bernad al seu web. En aquestes pàgines, una imatge de la sèrie.

ISABEL-CLARA SIMÓ

La periodista i escriptora Isabel-Clara Simó va morir, el 13 de gener, a setanta-sis anys a Barcelona víctima d'esclerosi. Nascuda a Alcoi el 1943, es va llicenciar en Filosofia a la Universitat de València. Després d'un inici professional a l'ensenyament, entre 1972 i 1983 va dirigir *Canigó*, setmanari que havia fundat el seu marit, el periodista Xavier Dalfo, mort el 2016. Posteriorment, va ensenyar a la Facultat de Traducció i Interpretació de la UPF i es va doctorar en Filologia romànica. Va rebre guardons com la Creu de Sant Jordi (1999) o el Premi d'Honor de les Lletres Catalanes (2017). Degana de la Institució de les Lletres Catalanes, era una de les autores més prolífiques en llengua catalana, amb més de cinquanta llibres escrits.



Isabel-Clara Simó va dirigir *Canigó*. Foto: Òmnium

ANTONIO MOÑUX

El periodista Antonio Moñux Campí va morir, el 13 de gener, a seixanta-sis anys d'edat. Nascut a Barcelona el 1953, la seva trajectòria està lligada a la informació esportiva. Es va iniciar a Ràdio Joventut i el diari *4-2-4* i, posteriorment, va treballar a Ràdio Barcelona i a *El Periódico de Catalunya*. La seva especialitat era l'handbol. Moñux era un d'aquells periodistes que se sentia còmode a la redacció fent feina de taula. En paral·lel a la informació esportiva, va exercir com a guionista en programes tant de la Mercedes Milà com de la Júlia Otero. En els darrers anys estava de baixa degut a problemes de salut.

DAVID CAMINADA

David Caminada va morir, el 22 de gener, dos dies després de ser brutalment apunyalat a la plaça de Sant Jaume per un desconegut. Tenia cinquanta-dos anys i estava casat amb la periodista Cristina Palomar. Caminada havia treballat al *Crònica de Mataró*, a *El Món* i a l'*Avui*—on va ser redactor i sots cap d'Internacional entre 1993 i el 2010, i cap d'Opinió i ombudsman— i va col·laborar amb *La Vanguardia* i l'agència EFE. Feia tres anys que treballava al Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona. Va ser professor a la UVic, a l'ECS de Brussel·les i a la UPF, universitat on havia estat docent durant setze anys i on es va doctorar en Comunicació.

FRANCESC CASALS

El passat 23 de gener va morir Francesc Casals, fotògraf i editor gràfic d'*El Periódico de Catalunya*, a cinquanta-set anys després de mesos lluitant contra una greu malaltia. Va començar a treballar al rotatiu del Grupo Zeta a mitjan anys vuitanta. Tot i que va tractar totes les temàtiques, Casals va destacar en la fotografia esportiva.



Francesc Casals va treballar a *El Periódico*. Foto: Ricard Fadrique

RAMON MATEU

El periodista Ramon Mateu i Llevadot va morir, l'1 de febrer, a seixanta-un anys després d'una àmplia experiència com a directiu de mitjans. Nascut el 1958, va dirigir el Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio entre el 2009 i el 2012; va ser directiu de la CCMA—el 2010 va assumir, provisionalment, la direcció general de l'organisme— i conseller delegat de l'ACN. Anteriorment, havia estat redactor a diverses emissores de ràdio, director de Comunicació de l'Ajuntament de Tarragona, cap d'Informatius d'Onda Cero a Catalunya, gerent de l'Associació d'Emissores Municipals de Catalunya (EMUC). També havia estat vicepresident de l'Associació Espanyola de Ràdio Comercial i secretari general de l'Associació Catalana de Ràdio Privada. A més, va ser director de RNE a Catalunya entre 1996 i el 1997, director de l'àrea de Mitjans del Grup Planeta, conseller delegat d'Unión Ibérica de Radio i subdirector de TVE Catalunya. Entre 2003 i 2010 va ser delegat del Grup Antena 3 a Catalunya.



Mateu va ocupar càrrecs directius en diferents mitjans. Foto: CCMA

JORGE ARANDES

El periodista Jorge Arandes va morir, el 13 de febrer, a noranta-un anys. Va néixer a Barcelona el 1929 i va debutar a Ràdio Miramar el 1947 i va ser una de les primeres veus de l'emissora a Barcelona. Després d'una època a RNE, es va incorporar a TVE el 1960. Posteriorment, el 1964, va ser nomenat director de RNE i delegat de TVE, i durant el seu mandat es va crear Ràdio 4. Arandes va ser un dels creadors del programa *Protagonistas* de Luis del Olmo. El 1978, va ser nomenat director de TVE a Catalunya i, més tard, cap de Programes de RNE. Va rebre reconeixements com el Premi Ondas, el Premi Nacional de Radiodifusió i l'Antena d'Or.



SÒNIA RUIZ

El passat 19 de febrer va morir, de manera sobtada, la periodista Sònia Ruiz Gómez a cinquanta-sis anys. Ruiz va estar molt vinculada a CDC, on va ser presidenta de la Sectorial d'Igualtat i Drets Civils. Havia treballat en àrees vinculades a la sanitat i havia estat cap de premsa del Club Nàutic Masnou. El 2012, va ser nomenada cap de l'àrea de Comunicació i Publicacions del Departament d'Empresa i Ocupació. En el moment de la mort, era responsable de militància i polítiques socials del partit Convergents.



ANTONIO ÁLVAREZ SOLÍS

El periodista Antonio Álvarez Solís va morir, el 30 de març, a noranta anys a causa del coronavirus. Madrileny de naixement i asturià d'adopció, va viure més de quaranta anys a Catalunya. Va estudiar Dret a Barcelona i a Santiago de Compostel·la i va començar la trajectòria periodística a *La Vanguardia*, on arribaria a ser redactor en cap. Director fundador d'*Interviú* i cofundador de *Por Favor*, com a conseller editorial del Grupo Zeta va col·laborar en el llançament d'*El Periódico de Catalunya*. Ha estat col·laborador en tertúlies de televisions i emissores de ràdio com TVE, RNE, COPE, Onda Cero, SER, ETB i Ràdio Euskadi, així com columnista a *Gara* i *Deia*.



MIGUEL MORENO

El fotoperiodista Miguel Moreno va morir, el 7 d'abril, a setanta-vuit anys a causa del coronavirus. Nascut a Granada el 1942, va ser un dels fundadors del diari *Sport*, però a principi dels vuitanta va anar a treballar a *El Mundo Deportivo*, on s'hi va estar diverses dècades i on va convertir-se en tot un referent. Es va jubilar el 2004. Havia cobert diferents mundials i partits de la selecció per a la revista *Don Balón*. Molt estimat per jugadors com Guardiola, Maradona, Neeskens o el Lobo Carrasco, a qui va acollir a casa seva quan començava a les categories inferiors del Barça.



MANUEL SAYRACH

El periodista i editor Manuel Sayrach i Fatjó dels Xiprers va morir, el 3 de maig, a noranta-dos anys. Fill del l'arquitecte modernista Manuel Sayrach i Carreras, va ser periodista i editor i acumulava una dilatada trajectòria de lluita per la llengua catalana, sobretot com a reimpulsor de l'Acadèmia de Llengua Catalana. Des d'aquesta entitat Sayrach, juntament amb el seu germà Miquel, van dirigir la revista *L'Infantil*, que posteriorment canviaria el nom per *Tietzevents* i que va durar fins l'any 2011. La revista va ser editada per Publicacions de l'Abadia de Montserrat i tenia una tirada de 12.000 exemplars. El 1995, Sayrach va rebre la Creu de Sant Jordi.



ANA ALBA

El 6 de maig va morir Ana Alba, a quaranta-vuit anys a causa d'un càncer. Nascuda a Barcelona el 1971, es va llicenciar en Ciències de la informació per la UAB. Va iniciar la trajectòria als Balcans, on va cobrir la guerra de Bòsnia i la de Kosovo. També va cobrir la postguerra de Bòsnia per a *l'Avui*, rotatiu pel qual va treballar entre 2000 i el 2010. Des del 2011, era corresponal de *El Periódico* a Israel i Palestina. Uns dels seus darrers treballs fou el documental *Condenadas en Gaza*, fet amb la periodista Beatriz Lecumberrí, que denuncia com dones amb càncer de la franja de Gaza no poden viatjar i rebre el tractament mèdic necessari per culpa del bloqueig israelià. Poc abans de morir, Alba va ser reconeguda amb el premi Julio Anguita Parrado.



Ana Alba va morir de càncer el 6 de maig.



XAVIER FOZ

El passat 21 de maig, va morir el periodista Xavier Foz a vuitanta-tres anys després de complicacions en un procés postoperatori. El 1958, va començar a treballar a RNE a Barcelona, cadena on acabaria sent el director del centre territorial entre 1983 i 1987. Foz es va convertir en un rostre popular gràcies al programa *Tribunal Popular*, de TVE, que presentava Ricardo Fernández Deu i en el qual Foz feia de jutge. Aquest programa de debat, que es va emetre entre 1989 i 1991, va popularitzar els programes de "judicis" a la petita pantalla.

DESEMBRE

10 de desembre

ASSEMBLEA A TERRES DE L'EBRE. Els col·legiats de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes de Catalunya assisteixen a l'Assemblea General Anual de la demarcació. A més, aprofundeixen en el Codi deontològic de la professió periodística de la mà d'Albert Garrido, secretari general del Consell de la Informació de Catalunya (CIC). L'acte finalitza amb un pica-pica per intercanviar opinions i desitjar unes bones festes.

11 de desembre

"TOTA LA VERITAT" A MANRESA. La Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes organitza la presentació del llibre *Tota la veritat. La crònica definitiva dels dies decisius del procés* (Ara Pausa, 2019), a la Llibreria Parcir de Manresa. El president de la Demarcació, Enric Badia, modera l'acte amb les intervencions dels periodistes Marc Martínez Amat i Neus Tomàs. La publicació, escrita per sis periodistes d'informació política de diferents mitjans de comunicació catalans, es troba a les llistes d'èxits de vendes de no-ficció en català.

HI HA 250 PERIODISTES EMPRESONATS. Un informe del Committee to Protect Journalists assegura que un mínim de 250 periodistes estan empresonats arreu del món. La majoria estan acusats de cometre delictes contra l'Estat, una tendència a l'alça en els últims anys. A més, 30 dels 250 estan acusats de "publicar notícies falses", en comparació amb els 28 de l'any anterior. Xina, Turquia, Aràbia Saudita i Egipte són els països amb més professionals de la informació arrestats.

13 de desembre

UN NOU PORTAL DE PROXIMITAT. L'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) presenta *Catalunyaneu.cat*, un web de notícies que aplega les informacions més rellevants de 43 mitjans de proximitat del territori català. Aquesta iniciativa s'anuncia al Movistar Centre de Plaça Catalunya de Barcelona durant la celebració del Dia de la Premsa Comarcal. És una ocasió per reivindicar un model de comunicació que genera 850 llocs de treball a tot el país i que compta amb més de 160 capçaleres de paper i digitals.

JORGE VALDANO, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN. EL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA I EL F. C. Barcelona anuncien que el guanyador de la XIV edició del Premi Internacional de Periodisme Manuel Vázquez Montalbán en la categoria de Periodisme esportiu és Jorge Valdano. L'exjugador i exentrenador de futbol ha treballat en els darrers anys com a articulista i comentarista per a diversos mitjans de comunicació, posant al seu servei tots els seus anys d'experiència. El jurat reconeix la qualitat literària del guanyador, la seva capacitat per innovar el llenguatge a l'hora d'explicar el fenomen del futbol en els articles, en els comentaris o en els llibres.

17 de desembre

MASTER CLASS SOBRE GÈNERE. El Col·legi de Periodistes col·labora amb l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, Dones en Xarxa i el Lobby Europeu de Dones en l'organització de dues *master class* amb Ana Requena, redactora en cap de Gènere d'*El diari.es* i fundadora del bloc *Micromachismos*. L'activitat, que té lloc a la seu de Barcelona del Col·legi, es repeteix l'endemà a la seu de Girona. L'editora de gènere dels mitjans té un doble objectiu: oferir informacions d'interès per a les dones i cobrir qualsevol tema del mitjà amb perspectiva de gènere.



Foto: Eldiarioes

Ana Requena, experta en temes de gènere

18 de desembre

NOU INFORME DE LA COMUNICACIÓ. L'Institut de la Comunicació (InCom) de la Universitat Autònoma de Barcelona elabora un nou Informe de la Comunicació a Catalunya", dedicat al període 2017-2018. Entre altres conclusions, destaca l'impacte dels esdeveniments polítics tant en l'augment de consum de premsa digital com en el reforç de tendències internacionals com la polarització o la desinformació. En aquest treball, col·laboren un total de vint-i-tres autors de diverses universitats i institucions, públiques i privades, coordinats per un equip editor format per Marta Civil, de l'InCom de la UAB, i Bernat López, de la Universitat Rovira i Virgili.

NOU CENTRE TERRITORIAL DE PREMSA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Diputació de Lleida anuncien la creació d'un Centre Territorial de Premsa, que permetrà disposar d'un nou punt de trobada per als i les professionals de la informació. El nou espai facilitarà la feina als mitjans petits o corresponsalies que moltes vegades es veuen obligats a escriure i a editar cròniques allà on poden. El centre serà gestionat pel Col·legi de Periodistes i és allà on també se situarà la nova seu de la demarcació de Lleida.

MÉS PERIODISTES ATURATS. L'Associació de Premsa de Madrid (APM) presenta l'Informe de la Profesió Periodística, que edita anualment. Una de les conclusions de l'estudi és l'increment d'un 2,6% de l'atur entre els periodistes, fet que representa un total de 7.003 professionals sense feina. A més, l'associació detecta una clara desigualtat de gènere: un 63% dels aturats són dones i un 37% homes. La xifra és la pitjor del sector des del 2013, quan es van registrar a l'atur 10.560 periodistes.

19 de desembre

ACORD AMB UNICEF. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'UNICEF-Comitè Catalunya signen un conveni per establir un marc de col·laboració entre ambdues entitats que permetrà organitzar trobades informatives d'interès per a periodistes, mitjans i professionals i entitats del sector de la infància. El Col·legi de Periodistes subscriu també el "Compromís amb els nens i nenes" amb la finalitat de garantir el dret a accedir a una informació adequada. L'acord s'estableix amb motiu del 30è aniversari de la Convenció sobre els Drets de l'Infant.



Foto: CPC

Quima Oliver (UNICEF) amb el degà.

EXPOSICIÓ DE WHITNEY GODOY. La seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes acull la inauguració de l'exposició "Un éxodo sin Moisés", sobre la primera caravana migrant de Centreamèrica, que va sortir de San Pedro Sula el 13 d'octubre de 2018. Aquesta

mostra fotogràfica de la fotoperiodista hondurenya Whitney Godoy intenta reconstruir el rostre humà de la tragèdia i el relat de la crisi humanitària que ha exposat al seu país més enllà de les seves fronteres. La mostra està organitzada pel Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes.

EL COL·LEGI, PREMI FRANCESC CANDEL. El Col·legi de Periodistes de Catalunya rep el Premi Francisc Candel en l'àmbit de la comunicació que atorga la Fundació Paco Candel. L'associació també guardona Manuel Veiga, *in memoriam*, en l'àmbit cultural, i la Societat Cultural La Joia de Montjuïc, en l'àmbit social. El premi reconeix les iniciatives que lluiten per afavorir la cohesió i la integració social. L'obra literària de Francisc Candel permet reflexionar sobre la forta immigració que va rebre el territori català durant els anys 50 i 60. Candel va ser nomenat col·legiat d'honor l'any 2003.

GENER

10 de gener

INQUIETUD PELS Mitjans locals. El Grup de Treball de Mitjans Públics del Col·legi de Periodistes i la Junta de Govern mostren inquietud per la situació que viuen els periodistes d'alguns mitjans locals públics. En un comunicat, s'adverteix que molts viuen una situació complicada perquè se'ls demana fer de gabinet de comunicació, d'agència de notícies i de mitjà de comunicació a la vegada. És per això que es demana als consistoris la necessitat de garantir l'estabilitat i la independència dels mitjans públics municipals.

14 de gener

ROBOTS AMB DRETS D'AUTOR. Un tribunal de la Xina determina que un article escrit per un algoritme d'intel·ligència artificial ha de tenir els mateixos drets d'autor que els textos escrits pels humans. El sistema Dreamwriter va escriure una notícia financera sobre els índexs de la borsa de Xangai l'any 2018. Ara, la companyia Shanghai Yingxun Technology Company haurà de pagar una multa de 196 euros per copiar l'article a la seva pàgina web.

CARME COLOMINA, PRESIDENTA DE L'APEC. L'Assemblea de l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) escull la periodista i investigadora

del CIDOB com a nova presidenta de l'entitat. Carme Colomina —que substitueix Ramon Vilaró— és la presidenta d'una junta que compta amb en Marc Vidal com a vicepresident; en Jordi Bertran, com a secretari, i la Natàlia Vila, com a tesorera. L'Iu Andrés, la Lara Malvesi, en Josep Maria Martí-Font, l'Eliseo Oliveras, l'Eva Peruga i l'Ariadna Trillas són els vocals de la nova junta de l'associació.



Carme Colomina, periodista i investigadora

16 de gener

TARRAGONA PRESENTA LA MEMÒRIA. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes presenta la memòria d'activitats del 2019, davant una vintena de col·legiats. L'enfortiment de la relació amb la Universitat Rovira i Virgili, la creació de l'agenda de rodes de premsa i la instauració d'un premi de periodisme de prestigi són alguns dels principals objectius acompanyats. A més, la Demarcació tanca l'any amb la xifra rècord de 235 col·legiats.

QUEIXA FORMAL D'ON SÓN LES DONES. El col·lectiu On són les dones presenta una queixa formal al Síndic de Greuges per a denunciar la falta de representació de les dones i la vulneració de la llei d'Igualtat per part de diversos mitjans de comunicació. Només un 29% dels espais d'opinió els ocupen dones, segons les dades de l'estudi, que analitza 10.788 opinions expressades en quatre diaris en paper i cinc en digital, vuit tertúlies radiofòniques i cinc de televisives.

22 de gener

ESMORZAR AMB SIMONA LEVI. L'activista i fundadora de Xnet, Simona Levi, participa en un esmorzar al Col·legi de Periodistes i exposa com funciona el negoci de la desinformació, a més de conversar amb una vintena de col·legiats sobre manipulació informativa. Levi, amb la col·laboració dels seus alumnes, ha publicat el llibre *#FakeYou. Fake News i desinformació* (Raig Verd Editorial, 2019).

23 de gener

RECURSOS PER A LA VERIFICACIÓ. El Centre de Documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes de Catalunya publica una guia d'eines i recursos per fer una bona tasca de verificació de dades. En total, es recopilen vint-i-sis recursos ordenats en quatre blocs temàtics: verificadors, plataformes, guies i infografies i audiovisuals. *La Guia de Recursos*, que ha comptat amb la col·laboració de la periodista Nereida Carrillo, també incorpora altres pestanyes sobre periodisme mòbil, seguretat, recursos TIC i emprenedoria.

"L'ALCALDESSA RESPON". El degà, Joan Maria Morros, conversa amb l'alcaldeessa Ada Colau en la tradicional trobada que anualment acull el Col·legi de Periodistes de Catalunya. És una iniciativa que va començar l'any 1983 amb l'alcalde Pasqual Maragall i que enguany suposa la cinquena participació de Colau. La trobada permet conèixer els objectius i les prioritats del govern local de la capital catalana per als propers mesos. Colau també respon a les diferents preguntes al voltant de política municipal formulades pels col·legiats.

24 de gener

PRIMERA NIT DE LA COMUNICACIÓ A L'EBRE. Quaranta-set periodistes assisteixen a la primera Nit de la Comunicació, organitzada per la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes. L'acte, que té lloc a l'Hotel Corona d'Aragó de Tortosa, permet reconèixer els onze periodistes que s'han jubilat recentment: Daniel Arasa, Josep Bayerri, Conrad Duran, Joan Esteller, Xavier Garcia, Joan Launes, Amparo Moreno, Pilar Rodríguez, Josep Roig, Ignasi Vidal i Josep Lluís Villa. També va rebre una menció especial Vídeo Ascó Televisió, una de les emissores més veteranes del nostre territori, pels trenta-cinc anys. A més, es va anunciar que Amparo Moreno rebria el Micro Daurat 2019 per la trajectòria professional.



Imatge dels diferents guardonats

Foto: CPC

MISSA PER SANT FRANCESC DE SALES. ROMA nomena Francesc de Sales patró dels periodistes i escriptors catòlics l'any 1923 per la seva destresa amb l'escriptura. Sales va ser un escriptor que es va distingir per comunicar la seva veritat amb elegància i sense ferir ningú. L'arquebisbe Joan Josep Omella presideix una missa a la parròquia de Sant Francesc de Sales de Barcelona, en record de tots els periodistes col·legiats que ens van deixar durant el 2019.

25 de gener

TURQUIA CANCEL·LA ACREDITACIONS. El govern de Turquia cancel·la les acreditacions dels periodistes de diaris crítics amb el poder, segons informa el mitjà *BirGün*. Les autoritats exigeixen aquesta targeta per treballar en circumstàncies crítiques, com manifestacions o protestes. "En els últims cinc anys, s'han cancel·lat 3.804 acreditacions a periodistes turcs, 685 d'aquestes per motius de seguretat nacional", denuncia Sibel Günes, secretària general de la Comunitat de Periodistes Turcs.

27 de gener

EL DEGÀ, ALS DEBATS DE LA UB. El degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Joan Maria Morros, participa amb una ponència en el debat "El paper dels mitjans davant els reptes de les societats democràtiques". L'acte s'emmarca dins del cicle "Debats UB: Catalunya i Espanya", organitzat per la Universitat de Barcelona. L'objectiu del debat és reflexionar i analitzar el procés polític i social en què es troba immersa Catalunya.

28 de gener

ACORD PER A L'ACCÉS A LA JUSTÍCIA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya (TSJC) actualitzen el protocol d'accés i d'ús de les dependències judicials per als professionals de la informació. Aquest nou acord arriba després que el Col·legi, a través de l'exdegana Neus Bonet i el membre de la Junta de Govern David Melgarejo presentessin una queixa sobre el tracte rebut a periodistes per part dels responsables de l'edifici de la Ciutat de la Justícia de Barcelona i de l'Hospitalet de Llobregat.

BETEVÉ, PREMI CIUTAT DE BARCELONA. L'Ajuntament de Barcelona premia els serveis informatius de Betevé per la cobertura de les protestes arran de la

sentència del procés. El jurat reconeix l'"excel·lència informativa" de l'equip amb una transmissió "serena i acurada" de les mobilitzacions.

29 de gener

GENÍS ROCA AL "PESSICS DE VIDA". Jesús Sagués conversa amb l'expert en transformació digital, Genís Roca, dins del cicle d'entrevistes "Pessics de Vida" a Manresa. Roca va ser escollit com un dels vint-i-cinc espanyols més influents a Internet pel diari *El Mundo* els anys 2013 i 2014. A més, és arqueòleg i llicenciat en Història. El Cicle està organitzat per la Demarcació de la Catalunya Central i el Centre Cultural el Casino de Manresa.



Foto: Xavier Serrano

Jesús Sagués i Genís Roca durant l'acte

ACOMIADAMENTS A LA BBC. La BBC News anuncia l'acomiadament de 450 treballadors per aconseguir l'objectiu d'estalviar vuitanta milions de lliures l'any 2022. La reducció de costos afecta el servei internacional World Service, l'emissora 5Live i el programa d'anàlisi *Newsnight*. "Ens hem d'allunyar de l'emissió tradicional i passar a la digital", justifica Fran Unsworth, directora de la cadena.

REPIULADA POLÈMICA. *The Washington Post* suspèn la periodista Felícia Sonmez per repiular un article sobre l'acusació sexual contra el jugador de bàsquet Kobe Bryant. Sonmez ha rebut una allau de crítiques i amenaces a través de les xarxes socials. Més de dos-cents companys de redacció denuncien la sanció en un escrit i donen suport a la periodista.

FEBRER

5 de febrer

VISITA AL PANTALÀ DE REPSOL. La Demarcació de Tarragona i Repsol organitzen una jornada perquè els periodistes tarragonins puguin conèixer de pri-

mera mà les interioritats de les instal·lacions marines de Repsol al Port de Tarragona. Una trentena de periodistes, en dues sessions de matí i tarda, assisteixen a la xerrada a càrrec de Jordi Mas, cap de les instal·lacions de Repsol a Tarragona. La finalitat d'aquestes sessions és oferir eines als professionals dels mitjans del Camp de Tarragona per informar de l'entorn que els envolta.

6 de febrer

NYT, CINC MILIONS DE SUBSCRIPTORS. *The New York Times* aconsegueix arribar a 5.251.000 milions de subscriptors en el quart trimestre del 2019. Actualment, compta amb 856.000 subscripcions en paper i 4.395.000 en digital. Aquestes últimes inclouen també els continguts de pagament de les seccions Cooking i Crosswor. Les subscripcions digitals augmenten un 30,8% i suposen un increment de 1.083,3 milions de dòlars respecte a l'any anterior.

8 de febrer

VUITENA SETMANA DELS RAHOLA. La VIII Setmana dels Rahola ofereix un programa ple de propostes d'actualitat des del tractament de l'emergència climàtica en els mitjans de comunicació fins al paper de les xarxes socials en la manera d'informar-se dels més joves. També hi ha exposicions com la que té lloc a la Biblioteca pública Carles Rahola sobre la trajectòria del periodista, activista i historiador que li dona el seu nom. La Setmana dels Rahola està organitzada per la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Girona, la Universitat de Girona i la Biblioteca Carles Rahola.



Imatge de l'exposició sobre Carles Rahola

SÓN 224 TREBALLS AL PICA D'ESTATS. La Diputació de Lleida acull la reunió del jurat del 31è Premi Pica d'Estats de Premsa, Ràdio, Televisió i Internet per deliberar sobre les vuit categories del guardó, dotat amb 45.000 €. La convocatòria rep un total de 224 treballs, dels quals 50 corresponen a premsa interna-

cional, la xifra més alta de participació estrangera registrada fins ara. El degà del Col·legi de Periodistes, Joan Maria Morros, i el president de la demarcació de Lleida, Rafa Gimena, formen part del jurat.

MIQUEL NOGUER, DIRECTOR DE L'EDICIÓ CATALANA D'EL PAÍS. La plantilla de periodistes d'El País avala el periodista Miquel Noguer com a nou adjunt del diari, responsable de l'edició catalana. Noguer reemplaça Lluís Bassets, qui seguirà formant part del comitè editorial. El nou director ha exercit bona part de la trajectòria professional a la redacció de Catalunya d'El País, on ha cobert l'elaboració de l'Estatut d'Autonomia del 2006, l'evolució dels Governos tripartits i la informació sobre el Procés.



Foto: El País

Miquel Noguer substitueix Lluís Bassets

11 de febrer

ACORD AMB L'OFICINA DEL PARLAMENT EUROPEU. El Col·legi de Periodistes i l'Oficina del Parlament Europeu a Barcelona signen un conveni per renovar el marc de col·laboració entre ambdues entitats. L'acord aproparà l'agenda legislativa i les activitats de la cambra europea a través de seminaris, trobades amb eurodiputats o sessions informatives. Aquesta relació va néixer, el 2012, amb l'objectiu de fomentar el coneixement entre els col·legiats i les col·legiades sobre l'activitat del Parlament Europeu.

13 de febrer

DIA MUNDIAL DE LA RÀDIO. Les demarcacions de Lleida i Terres de l'Ebre celebren el Dia Mundial de la Ràdio amb diversos actes. D'una banda, Lleida organitza una jornada de programació radiofònica amb catorze emissores lleidatanes i un centre educatiu a la Sala Alfred Perenya. Un total de tres-cents escolars segueixen els directes i viuen la ràdio d'una manera més propera. D'altra banda, des de Terres de l'Ebre participa en tertúlies i entrevistes a Ràdio Ebre Cadena Ser, Ràdio Tortosa i Ràdio Ràpita.

17 de febrer

ALBERT CUESTA, PREMI A LA COMUNICACIÓ. El periodista col·legiat Albert Cuesta rep el Premi a la Comunicació, en el marc de la Nit de les Telecomunicacions, per la secció "Dígits i andròmines" al diari ARA, que acumula més de quatre-cents articles publicats amb l'objectiu de divulgar les TIC i l'electrònica de consum en la premsa impresa i digital en català. Els guardons estan organitzats per l'Associació Catalana d'Enginyers de Telecomunicació i del Col·legi d'Enginyeria Informàtica de Catalunya.



Foto: Pilar Conesa

Cuesta en el moment de recollir el guardó

18 de febrer

VALDANO RECALL EL VÁZQUEZ MONTALBÁN. El F. C. Barcelona i el Col·legi de Periodistes de Catalunya lliuren la XIV edició del Premi Internacional de Periodisme Manuel Vázquez Montalbán, en la categoria de Periodisme esportiu, a Jorge Valdano. L'exjugador i exentrenador ha treballat en els darrers anys com a articulista i comentarista per a diversos mitjans de comunicació i ha posat al seu servei tots els seus anys d'experiència. El jurat del premi ha estat format per Mònica Terribas, Joaquim Maria Puyal, Ramon Besa, Sergi Pàmies, Jordi Basté, Jaume Pujol-Galcerán, Xavier Folch, Borja de Riquer, Santiago Seguro, Xavier Bosch, Josep Maria Solé-Sabaté, Teresa Basilio, Oscar Grau i Josep Vives.

PREMIS MICRO 2019. La demarcació de les Terres de l'Ebre anuncia els guanyadors dels Premis Micro 2019, escollits pels periodistes i comunicadors del territori. Albert Curto s'emporta el Micro Obert per "l'amabilitat i la disponibilitat per ajudar a aprofundir en el tractament informatiu de temes històrics", mentre que el Micro Tancat és per a l'alcalde de Tortosa, Meritxell Roigé, "per qüestionar el criteri periodístic i el tractament d'algunes informacions". La catedràtica i periodista Amparo Moreno és guardonada amb el Micro Daurat que premia la seva llarga trajectòria en el món del periodisme i de la docència.

20 de febrer

LLIUREN ELS PREMIS CARLES RAHOLA. La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes lliura els Premis Carles Rahola de Comunicació Local a l'Auditori de Girona, en un acte conduït per Fel Faxedas i Carles Xuriguera. Els guanyadors de l'edició d'enguany són Carles Palacio (fotografia), David de Montserrat (premsa), la redacció de Catalunya Ràdio a Girona (ràdio), Ester Bertran i Manoli Vargas (televisió), Joan Carles Codolà (digital), l'IAS (institucional) i Eloi Camps (Beca dels Premis Rahola).

24 de febrer

DANAE BORONAT A L'"EXPERIÈNCIA DE PERIODISTA". Danae Boronat, periodista esportiva de Movistar La Liga obre el cicle de conferències "Experiència de Periodista", que organitza la demarcació de Tarragona. L'any 2019, es va convertir en la primera dona a narrar a la televisió un partit de La Liga.

PERE BUHIGAS, DIRECTOR DE RTVE A CATALUNYA. El col·legiat Pere Buhigas pren el relleu de Carles González, com a nou director del centre de producció de RTVE-Catalunya. Buhigas ha treballat a la redacció d'Informatius, on ha assumit la subdirecció i la direcció dels Serveis informatius de RTVE a Catalunya. Actualment, dirigeix i presenta el programa d'informació i divulgació científica *Lab24* i és professor associat a la Universitat Internacional de Catalunya.

26 de febrer

ANDREU VAN DEN EYNDE AL "PESSICS DE VIDA". Núria Bacardit conversa amb l'advocat Andreu Van den Eynde dins del cicle "Pessics de Vida" a Manresa. Van den Eynde és conegut per ser l'advocat d'Oriol Junqueras i Raül Romeva en el judici al procés, que va tenir lloc al Tribunal Suprem. "Hi ha sentències que lleigeixo que no les entenc ni jo", confessa davant una sala plena de gom a gom.



Foto: Xavier Serrano

Van den Eynde durant l'acte

27 de febrer

OFF THE RECORD AMB FERNANDO LACABA. El president de l'Audiència de Girona, Fernando Lacaba, comparteix taula amb una dotzena de periodistes en un *off the record* organitzat per la Demarcació de Girona de Col·legi de Periodistes. El magistrat respon tots els temes que se li plantegen, com la cobertura mediàtica en els casos de successos o les seves aspiracions professionals. També aporta el seu punt de vista sobre l'accés dels mitjans a la informació judicial i sobre el procés independentista.



28 de febrer

FORMACIÓ A L'ESCOLA D'HIVERN. El Centre de Formació i Desenvolupament del Col·legi de Periodistes posa en marxa l'Escola d'Hivern per oferir una formació intensiva sobre tècniques de comunicació audiovisual. Els tres cursos organitzats són un taller de creació i producció de podcast, amb Enrique San Juan; com comunicar a través de la càmera, amb Ana González Tadeo, i com perfeccionar la locució en productes audiovisuals, amb Xavier Serrano.



PILAR GARCIA AL CICLE "SOBRE DONES". El col·lectiu Dones Emprenedores i Innovadores de Manresa i la demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes organitzen una sessió del cicle de dinars "Sobre Dones" amb Pilar Garcia. La manresana es va convertir en la primera dona sommelier de tot l'Estat i, actualment, regenta el restaurant Las Vegas de Manresa amb els seus germans. L'objectiu de la trobada és posar en valor el talent femení del territori i propiciar un espai distès d'intercanvi d'experiències.



MARÇ

1 de març

JORDI JUAN, DIRECTOR DE LA VANGUARDIA. El col·legiat Jordi Juan és designat nou director del diari *La Vanguardia* en substitució de Màrius Carol, qui serà conseller del Grup Godó. Juan ha estat vinculat amb el diari dels Godó des de l'any 1992, on va ocupar el càrrec de director adjunt entre 2007 i 2009. Més endavant, va liderar la direcció de continguts del web de *La Vanguardia* amb l'objectiu d'impulsar la digitalització del diari. També ha treballat en mitjans com el *Diari de Barcelona*, *l'Avui*, *El Periódico*, *El País* o *El Observador*.



2 de març

NOVA EDICIÓ DE PREMSA A LES ESCOLES. El programa "Premsa a les escoles", impulsat pel Col·legi de Periodistes i l'Obra Social "La Caixa" ofereix una nova edició amb xerrades sobre periodisme als centres de secundària de tot Catalunya. L'objectiu del programa és reflexionar sobre les noves formes de comunicació i de consum informatiu, com les xarxes socials, i ajudar a discernir entre la informació veraç i contrastada en temps de *fake news*. Enguany, una vintena de periodistes col·legiats de totes les demarcacions visiten més de 3.600 alumnes d'ESO de setanta centres de tot Catalunya.



ANNA SURINYACH A "EXPERIÈNCIA DE PERIODISTA". La periodista i fotoperiodista Anna Surinyach, especialitzada en temes de migració, refugiats i drets humans, participa en el cicle de conferències "Experiència de Periodista" que organitza la Demarcació de Tarragona. Surinyach és editora gràfica i fundadora de la revista *5W*, recentment guanyadora del premi Internacional de Periodisme Rei d'Espanya, atorgat per l'Agència EFE i l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional pel Desenvolupament, en la categoria de Mitjà de comunicació destacat d'Iberoamèrica.



3 de març

DEBAT SOBRE EL VIRUS DE LA POR. El Col·legi de Periodistes de Catalunya organitza un debat per reflexionar sobre la cobertura informativa del coronavirus de la Covid-19. A l'acte participen Dani Bramon, cap de redacció de TV3; Magda Campins, membre de la Junta de Govern del Col·legi Oficial de Metges de Barcelona i especialista en Medicina Preventiva i Salut Pública; Fran Garcia, director de comunicació de l'Hospital Vall d'Hebron, i Joan Julibert, professor d'Anàlisi dels discursos dels mitjans de comunicació a la Universitat de Barcelona. L'acte està moderat per Joan Maria Morros, degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya.



TRENTA PREMIS RÀDIO ASSOCIACIÓ. Els col·legiats Esteve Giralt, Benet Ñiño i Manuel Oliveros són alguns dels premiats dels guardons que reconeixen els periodistes i els programes de la ràdio en català. Els programes *Dies de Ràdio* i *Hawai 19.05*, dirigits i presentats pels col·legiats Santi Carreras i Jordi Beltran respectivament, són reconeguts amb una menció d'honor del jurat. L'edició d'enguany ha rebut 102 candidatures d'arreu del territori de parla catalana.

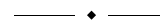
Jordi Margarit, president de Ràdio Associació, és l'encarregat d'anunciar els guanyadors en un acte al Col·legi de Periodistes.



Jordi Margarit anuncia els premiats



DEBAT SOBRE ELS MOVIMENTS SOCIALS. El Grup de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Institut Europeu de la Mediterrània (IEMED) coorganitzen una taula rodona sobre la lluita dels moviments socials, l'activisme i la protesta popular a països com Tunísia, Algèria o el Marroc. A l'acte intervien Josep Ferré, director de l'IEMED; Maria-Àngels Roque, directora de la revista *Quaderns de la Mediterrània*; Ricard González, excorresponsal a Egipte i Tunísia, i Thierry Desrues, científic i investigador del món àrab i musulmà. El debat és moderat per Alicia Oliver, periodista i delegada del Grup de Treball de Periodisme Solidari.



5 de març

ESMORZAR AMB TXELL FEIXAS. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) organitzen un esmorzar amb la corresponsal i periodista col·legiada Txell Feixas. La periodista presenta un nou llibre titulat *Dones valentes* (ARA Llibres, 2020), un homenatge a les dones que lluiten per canviar la història de l'Orient Mitjà. A l'acte participen Núria de José, vicedegana del Col·legi de Periodistes; Marta Corcoy, presidenta de l'ADPC, i Maia Conesa, editora d'Ara Llibres i d'Amsterdam.



6 de març

TRENTA ANYS DE LA CAIGUDA DEL MUR DE BERLÍN. La demarcació de les Terres de l'Ebre organitza un acte per a commemorar els trenta anys de la caiguda del Mur de Berlín. Hi participen l'il·lustrador Ignasi Blanch i l'excorresponsal de Catalunya Ràdio a Frankfurt, Joan Esteller. El periodista Albert Mestre és l'encarregat de moderar l'acte. El mur de Berlín es va aixecar per separar les dues alemanyes sorgides el 1945, la Democràtica (RDA) i la Federal (RFA). Ac-

**GAUDEIX DEL SABOR
DEL MOMENT**



SENT EL GUST®

tualment, només queden tres pams per recordar que aquell mur va dividir durant anys el comunisme i el capitalisme.

ESMORZAR AMB DIANA RIBA. El Col·legi de Periodistes i l'Associació de Periodistes Europeus, amb el suport de l'Oficina del Parlament Europeu de Barcelona, organitzen un esmorzar de premsa amb Diana Riba, diputada del grup dels Verds / Aliança Lliure Europea al Parlament Europeu. L'acte forma part de la ronda d'esmorzars informatius amb eurodiputats locals sobre les prioritats per a la IX legislatura que se celebren a la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes.



Diana Riba durant l'esmorzar al Col·legi

8 de març

UN 23% DE DIRECTORES ALS MITJANS. El Reuters Institute for the Study of Journalism publica un estudi sobre desigualtats de gènere als mitjans de comunicació. Una de les principals conclusions és que només són dones un 23% dels directors d'un total de 200 mitjans analitzats. El document examina capçaleres dels Estats Units, Regne Unit, Brasil, Japó, Corea del sud, Sud-àfrica, Finlàndia, Mèxic, Hong Kong i Alemanya.

9 de març

TXELL FEIXAS A L'“EXPERIÈNCIA DE PERIODISTA”. La corresponsal de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals a l'Orient Mitjà des de Beirut, Txell Feixas, participa al cicle de conferències “Experiència de Periodista”, que organitza la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes. Feixas ha cobert la guerra contra l'Estat Islàmic a l'Iraq, la caiguda del Califat, des de Rojava, o les Marxes pel Retorn a la Franja de Gaza. Anteriorment, va ser a *El Matí de Catalunya Ràdio* amb Mònica Terribas, i va ser redactora especialitzada en economia a la delegació de la CCMA a Madrid.

11 de març

NOVÈ ANUARI MÈDIA.CAT. El Col·legi de Periodistes de Catalunya col·labora amb el Grup de Periodistes Ramon Barnils i la Fundació Catalunya per presentar la novena edició de l'Anuari *Mèdia.cat*. El degà, Joan Maria Morros, dona la benvinguda a l'acte en què van participar Elisenda Rovira i Víctor Yústres, coordinadors de l'Anuari, a més de Ferran Casas, president del Grup Barnils, i Ricard Gené, president de la Fundació Catalunya. L'Anuari dels Silencis Mediàtics *Mèdia.cat* és un projecte de periodisme d'investigació que cada any aporta llum a temes silenciats pels grans mitjans de comunicació.



Foto: Mèdia.cat

Una nova edició de l'Anuari

16 de març

EINES PER COBRIR EL CORONAVIRUS. El Col·legi de Periodistes prepara una guia amb recursos útils per facilitar la feina als periodistes, tant si cobreixen la pandèmia com si es vol estar informat de les últimes notícies. Una llista de Twitter, un mapa de l'evolució dels casos i morts arreu del món o webs d'interès són algunes de les eines recollides. A més, el Centre de Documentació Montserrat Roig recomana utilitzar algunes de les seves eines de verificació de dades.

MESURES DE PROTECCIÓ I PREVENCIÓ. La Red de Colegios Profesionales de Periodistas recorda algunes de les mesures d'autoprotecció i prevenció que poden ser útils en el desenvolupament de la nostra feina. Els professionals de la informació i la comunicació han de ser considerats com a grup d'alt risc en trobar-se en nombrosos casos obligats a mantenir un contacte directe amb els protagonistes de l'actualitat per informar la ciutadania. Entre les recomanacions hi trobem canviar els “canutassos” per les conferències de premsa en *streaming* o treure les esponges dels micròfons.

17 de març

RECOMANACIONS DELS MOSSOS. El Col·legi de Periodistes i el departament de Comunicació de Mossos

d'Esquadra recomanen que els professionals de la comunicació que cobreixen informació en la via pública aquests dies vagin correctament acreditats pels respectius mitjans i portin el braçal o armilla identificativa amb l'objectiu de facilitar el desenvolupament de la feina. Si no es disposa d'aquests elements, se sol·licitarà la credencial de periodista i un document acreditatiu del mitjà, on s'especifiqui que està treballant aquell dia.

20 de març

PLA DE CONTINGÈNCIA AL COL·LEGI. La Junta de Govern del Col·legi de Periodistes aprova un pla de contingència econòmica temporal per garantir el servei que presta als col·legiats i pal·liar, en la mesura del possible, les conseqüències derivades del coronavirus. Entre les mesures adoptades, hi ha la decisió d'iniciar un Expedient de Regulació Temporal d'Ocupació (ERTO) a la plantilla, tant de les oficines i demarcacions, com dels quioscs, i altres mesures de contenció i de mitigació amb la finalitat de mantenir els serveis col·legials. La voluntat de la Junta és revertir aquestes actuacions transitòries tan aviat com sigui possible.

26 de març

LA XINA EXPULSA PERIODISTES DELS EUA. Els periodistes del *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *Voice of America* són expulsats de la Xina. El comunicat del Ministeri d'Exteriors indica que és una represàlia contra la decisió dels Estats Units d'imposar restriccions a les corresponsalies dels mitjans xinesos en territori americà perquè els considera propaganda oficial. L'Administració Trump havia expulsat seixanta periodistes per limitar a cent el nombre de periodistes de cinc mitjans de comunicació xinesos.

ABRIL

1 d'abril

DIFICULTATS A LES RODES DE PREMSA. En aquests dies de pandèmia, els periodistes tenen problemes per formular preguntes tant al govern espanyol com al català. El sistema previst per l'executiu no permet repreguntar, ja no es tracten qüestions interessants i es perd la capacitat d'improvisació. És per això que un grup de periodistes amb base a Madrid signen un manifest perquè demanar que es canviï el procediment. Paral·lelament, un grup de periodistes

Tot anirà bé



GENT DOLÇA
Gente Dulce. Sweet People



catalans es posen d'acord per crear un col·lectiu de WhatsApp amb la intenció d'agrupar preguntes i evitar duplicats.

6 d'abril

CONDEMNÀ PER L'ASSASSINAT D'UN PERIODISTA. Un tribunal eslovac condemna l'exsoldat Miroslav Marcek a vint-i-tres anys de presó per disparar i matar el periodista d'investigació Jan Kuciak i la seva parella, Martina Kusnirova. Els fets van tenir lloc el febrer de 2018, mentre Kuciak investigava casos de corrupció i els vincles d'empresaris influents amb líders polítics, judicials i policials. Les protestes arran de l'admissió de culpabilitat de Marcek van forçar la caiguda del govern eslovac.

7 d'abril

PÉREZ EJERIQUE, NOVA DIRECTORA D'À PUNT. La redacció d'À Punt ha ratificat a la periodista Raquel Pérez Ejerique com a nova directora d'Informatius, segons informa la radiotelevisió pública valenciana. La redacció s'ha pronunciat amb una àmplia participació, d'un 68,9%. La candidatura de Pérez Ejerique ha obtingut un total de 161 vots a favor, 44 abstencions i 28 vots en contra, detallen des del mitjà. Pérez Ejerique havia guanyat el concurs públic que en el seu moment es va convocar per poder cobrir la direcció d'informatius. Aquesta periodista valenciana va ser responsable d'Investigació d'*Eldiario.es*, en què va destapar les importants irregularitats en el màster de l'expresidenta de la Comunitat de Madrid Cristina Cifuentes a la Universitat Rey Juan Carlos de Madrid.



Foto: El Mundo

Pérez Ejerique, nova directora d'À Punt

8 d'abril

REBAIXA DE QUOTES AL COL·LEGI. La Junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya decideix rebaixar les quotes dels periodistes en actiu afectats per un ERTO. D'aquesta manera, la quota de col·legiat en actiu es redueix de 52€ trimestrals a 32€ que s'abonen en cas de ser a l'atur. Una decisió unànime de la Junta amb

la voluntat d'ajudar els professionals de la informació i la comunicació en un moment laboral i econòmic complicat provocat per la crisi de la Covid-19.

15 d'abril

CICLE "CONVERSES CONFINADES". El Col·legi de Periodistes posa en marxa la primera sessió del cicle "Converses confinades" amb l'objectiu de reflexionar sobre l'estat del periodisme en temps de pandèmia. Jordi Basté i Cristina Puig comparteixen impressions amb un centenar de col·legiats que assisteixen en un trobada virtual moderada per Jordi Sellas. El Col·legi s'adapta a les noves tecnologies per continuar promovent el debat i l'intercanvi de coneixement entre professionals.

18 d'abril

AUGMENTA EL CONSUM DE NOTÍCIES. El Reuters Institute publica un informe per entendre com la gent de sis països, entre aquests Espanya, accedeix a la informació sobre el coronavirus. Les conclusions de l'estudi són que hi ha un augment del consum de notícies, una alta confiança en científics o metges com a font d'informació o que els mitjans ajuden a comprendre la crisi. Això no obstant, un de cada tres creu que els mitjans han exagerat la pandèmia.

L'ARA DESCARTA L'ERTO. El diari *ARA* pren la decisió de no aplicar un ERTO perquè "la integritat de la plantilla és la principal garantia per poder seguir oferint un producte a l'altura", explica Esther Vera, directora del diari, en un vídeo publicat al web del diari. Algunes de les mesures que adopta l'*ARA* per fer front a la crisi són la reducció voluntària del salari dels directius fins a un 15%, la retallada d'un 10% en les col·laboracions i l'aturada d'inversions tecnològiques.

20 d'abril

COMUNICAT EN SUPORT ALS FOTOPERIODISTES. El Col·legi de Periodistes i el Sindicat de Periodistes fan públic un manifest demanant a les administracions que facilitin l'exercici dels periodistes gràfics que intenten captar imatges del que succeeix en molts centres públics en relació amb la pandèmia després que denunciessin que se'ls ha impedit accedir a instal·lacions públiques amb l'argument que es tractava d'imatges que no s'han de difondre.

PLA D'AJUTS PER ALS AUTÒNOMS. L'Associació Intercol·legial, on és representat el Col·legi de Periodistes, demana al Govern un pla d'ajuts per als autònoms i també recorda que el teixit professional que conformen els col·legiats de tots els àmbits és clau per a la reactivació econòmica i per a la recuperació social del país, garantint la prestació de serveis a la ciutadania en condicions de qualitat. L'agrupació representa més de cent corporacions professionals que engloben més de 200.000 col·legiats de diferents sectors professionals.

21 d'abril

YASUYOSHI CHIBA, WORLD PRESS PHOTO. El premi a la millor foto de l'any del World Press Photo se l'emporta el fotògraf japonès Yasuyoshi Chiba, gràcies a una imatge en què un jove llegeix poesia enmig de les manifestacions del 2019 a Sudan. Els barcelonins Ricard Garcia Vilanova –tercer premi en la categoria de notícies generals– i Ramon Espinosa –tercer premi en notícies d'actualitat– també són guardonats en aquest certamen, el més important del món del periodisme gràfic. El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCBB) acollirà l'exhibició amb les millors fotografies de l'11 de novembre al 13 de desembre.



Foto: Yasuyoshi Chiba

La fotografia guanyadora del World Press Photo

22 d'abril

L'ESTAT DE LA PREMSA. La segona trobada del cicle "Converses confinades", organitzat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya reuneix Esther Vera, directora del diari *ARA*; Jordi Juan, director de *La Vanguardia*, i Anna Cristeto, directora d'*El Periódico de Catalunya*. Tots tres parlen de com els respectius mitjans estan exercint el periodisme aquests dies i com creuen que afectarà la crisi econòmica als professionals de la informació i la comunicació. Carles Prats, membre de la Junta de Govern del Col·legi, modera la sessió que ha tingut una alta participació, ja que s'han exhaurit totes les places que hi havia disponibles en menys de vint-i-quatre hores.

28 d'abril

“CONVERSES CONFINADES” SOBRE MITJANS DE PROXIMITAT. Susanna Cases, directora del Canal Terres de l'Ebre; Juan Cal, director executiu del grup Segre; Xavier Abelló, director de Tac12 TV del Camp de Tarragona; Anna Puig, cap de secció de Comarques Gironines d'El Punt Avui, i Montse Sanou, directora de Ràdio Igualada, participen en la tercera sessió del cicle “Converses confinades”. La periodista de Bete-vé, Eva Arderius, modera la conversa.

29 d'abril

SISÈ PREMI DE PERIODISME TERRES DE L'EBRE. La demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes convoca el VIè Premi Terres de l'Ebre de

Periodisme amb un augment del nombre de premis i de la dotació econòmica gràcies al conveni signat amb Repsol. Els treballs han d'haver estat publicats o emesos l'any 2019 a les Terres de l'Ebre. El termini per presentar les candidatures finalitza el 21 de juny.

30 d'abril

CONVERSA VIRTUAL SOBRE EUROPA. El Col·legi de Periodistes, la Comissió Europea a Barcelona i l'Associació de Periodistes Europeus coorganitzen una conversa virtual amb Ferran Tarradellas, director de la Representació de la Comissió Europea a Barcelona i Josep Maria Martí Font, president de l'APEC.

RENEIX EL DIARI DE BARCELONA. Els estudiants de la Universitat Pompeu Fabra posen en marxa la nova edició del *Diari de Barcelona*, capçalera històrica de la ciutat que va ser el degà de la premsa continental europea. Aquest mitjà de comunicació dirigit pels estudiants té l'objectiu d'esdevenir un referent informatiu per a tota la ciutadania, si bé tindrà una especial atenció per arribar a una generació de joves d'entre 16 i 30 anys. Els alumnes del grau de Periodisme són els principals proveïdors de contingut, encara que també compten amb la participació dels graus de Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques. El format del nou *Diari de Barcelona* és digital i es pot consultar a través de l'adreça d'internet www.diaridebarcelona.cat.



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



E08031243



Pensem en **PRO**

En PRO dels PROfessionals. En PRO de tu.

Què és pensar en PRO? Pensar en PRO és treballar en PRO dels teus interessos, del teu PROgrés i de la teva PROtecció. Per això, a Banc Sabadell hem creat les **solucions financeres professionals** que et donen suport en el teu negoci i que només et pot oferir un banc que treballa en PRO del **Col·legi de Periodistes de Catalunya**.

Truca'ns al 900 500 170, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

sabadellprofessional.com



**Captura el codi QR i
coneix la nostra news
'Professional Informa'**

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:

- 42 Clínicas Asisa Dental
- Més de 1.800 especialistes
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament

Amb Asisa LIVE tingues accés a videoconsultes en directe amb especialistes on i quan tu decideixis

