

# · CAPÇALERA ·

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Octubre 2021 · Núm. 188 · 8 €



## FEBRE PODCAST

La ràdio a la carta viu un auge sense precedents

CaixaBank,

Millor Transformació Bancària

del Món el 2021

La confiança dels nostres **21 milions de clients** i una manera diferent de fer banca, **propera i compromesa amb les persones i la innovació**, han permès que avui **Euromoney** ens reconegui mundialment amb aquest premi, que s'uneix al que ens havia concedit recentment com a Millor Banc a Espanya 2021.

Gràcies a tots per fer-ho possible.



**05** CARTA DEL DEGÀ  
ATURAR-NOS I PENSAR-HI  
TEXT Joan Maria Morros

**06** REPORTATGE  
CRÒNICA DEL FALS AUTÒNOM  
TEXT Carme Escalles

**10** ENTREVISTA  
"HE APRÈS  
A NO JUTJAR  
LA TRISTOR DELS ALTRES"  
TEXT Jordi Rovira  
FOTO Sergi Reboledo

**14** REPORTATGE  
EL NOU ESCENARI  
TEXT Elisabet Carvajal  
IL·LUSTRACIÓ Edmon de Haro

**18** REPORTATGE  
INFORMATIUS  
(EXITOSOS) PER A JOVES  
TEXT Eudald Coll

**22** REPORTATGE  
MANUAL DE SUPERVIVÈNCIA  
PER A DONES PERIODISTES  
TEXT Irene Riart  
IL·LUSTRACIÓ Marta Vilches

**28** REPORTATGE  
UNA ICONA DEL PERIODISME CATALÀ  
TEXT Laura Saula  
FOTOS Pilar Aymerich

**32** NOVELTAT EDITORIAL  
ATRAPATS EN L'ALGORITME  
TEXT Nick Couldry

**38** DOSSIER  
EL TREN QUE NINGÚ  
NO VOL PERDRE  
TEXT Alberto Gómez

**46** DOSSIER  
AIXÒ DONA DINERS  
TEXT Adrián Caballero

**50** DOSSIER  
NOVA VIDA  
TEXT Francesc Ponsa

**54** REPORTATGE  
CRÒNICA D'UNA REVISTA  
IMPROBABLE  
TEXT Jordi Pacheco

**58** REPORTATGE  
NOTÍCIES (DES) DEL SUD  
TEXT Sonia Castelló i Torà  
FOTOS Joan Revillas

**64** REPORTATGE  
LA VIDA INTENSA D'HORACIO SEGUÍ  
TEXT Marga Durá  
FOTOS Horacio Seguí

DOSSIER  
EL FENOMEN DELS PODCASTS

**70** REPORTATGE  
L'OCCASIÓ PERDUDA  
DE TELE/ESTEL  
TEXT Josep M. Figueres

**76** PERIODISME AL MÓN  
LA LLOSA  
DEL CONFLICTE  
TEXT David Meseguer

**82** WEBS / LA XARXA  
Alex Barnet

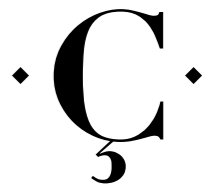
**84** LLIBRES  
Joan Palomés

**86** LA FOTO  
Margaret Michaelis

**88** OBITUARIS

**90** DIA A DIA  
Francisco J. Rodríguez Baena

**98** COM ENS VEU...  
Quim Bou



REVISTA CAPÇALERA  
Núm. 188

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 Elisabet Cassà  
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro  
SECRETÀRIA Alicia Llamazares  
PUBLICITAT Martí Calsapeu i Vidal / Xavier Puig  
FOTO PORTADA Unsplash

REDACCIÓ  
Col·legi de Periodistes de Catalunya  
Rambla de Catalunya 10, principal  
08007 Barcelona  
T 933 171 920  
comunicacio@periodistes.cat  
www.periodistes.cat

DEMARCACIONS  
Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,  
T 972 209 162  
Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,  
T 973 240 044  
August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,  
T 977 245 454  
Ramon Berenguer IV, 26, prl · 43500  
Tortosa, T 977 442 490  
Plana de l'Om, 6, 1r · 08241 Manresa  
T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN  
DEGÀ Joan Maria Morros  
VICEDEGANS Enric Badia, Josep Baubí, Rafa Gimena, Esteve Giralt, Núria de José i Joan Ventura  
SECRETARI Francesc Canosa  
TRESORER Rafa 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 i Vidal

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89  
ISSN 1135-1047

IMPRESSIÓ Rotimpres

AMB EL SUPORT DE:



Generalitat de Catalunya  
Departament  
de la Presidència

# Relat Recerca Reflexió Realitat Resposta Revista

Per gaudir, entendre i aprendre.  
Les revistes t'acompanyen sempre, per fer camí.



L'APPEC representa les editorials de revistes i mitjans digitals en llengua catalana.

Més de 200 capçaleres de 30 temàtiques diferents.

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

## ATURAR-NOS I PENSAR-HI



Un dels noms propis del periodisme a Catalunya és el de Montserrat Roig. A banda d'escriptora, la faceta d'entrevistadora al circuit català de Televisió Espanyola a final de la dècada dels setanta va marcar una manera de fer de les que fan escola i de la qual moltes i molts perio-

distes en van aprendre. Entre altres, el seu llegat es recorda cada any des del 2017 amb els premis del Consell Municipal de Benestar Social de l'Ajuntament de Barcelona als mitjans de comunicació, dedicats al periodisme i a la comunicació socials, amb la participació i la col·laboració activa del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Aquest número que teniu a les mans de CAPÇALERA li rendeix un merescudíssim homenatge ara que es compleixen trenta anys de la seva mort.

Un número que també recorda una altra figura destacada: a noranta-un anys, el fotoperiodista Horacio Seguí mereix tots els reconeixements, com el que li farà el Col·legi de Periodistes amb

"FA UNS ANYS, ELS PODCASTS TOT JUST IRROMPIEN EN LA GALÀXIA COMUNICATIVA MUNDIAL I, DE MICA EN MICA, S'HAN FET UN LLOC EN LA NOSTRA FEINA"

una pròxima exposició. Va ser fundador i president a Catalunya de l'Associació Nacional d'Informadors gràfics.

Són només dos dels articles que trobareu en aquest número que, com sempre, ofereix reflexions i entrevistes sobre molts dels temes que ocupen discussions a les redaccions. Tres exemples: com informem des de l'Àfrica, i hi pensem amb un dels periodistes que més coneix aquest continent i més fa per reflexionar-hi, com és en Xavier Aldekoa. O com informem des del sud del país, des de l'Ebre, que aquest setembre ha estat malauradament d'actua-

litat per la tempesta que va caure sobre Alcanar. I, finalment, com informem i expliquem Irlanda del Nord, en el vint-i-cinquè aniversari dels acords de Divendres Sant i quan el territori ha de trobar el seu lloc amb la sortida del Brexit i el debat que va apareixent sobre si és possible una reunificació.

També fem una mirada als gabinets de comunicació perquè, quan anem cap als dos anys de la pandèmia dels coronavirus, els periodistes i tots els professionals que hi treballen també s'han hagut d'adaptar a una nova manera de treballar.

Per acabar, no us perdeu el dossier sobre els podcasts. N'estem parlant molt els periodistes i els mitjans sobre aquesta manera

de comunicar, que ja no és nova, però que potser necessita que ens aturem i hi pensem. Fa uns anys, no gaires, els podcasts tot just irrompien en la galàxia comunicativa mundial i, de mica en mica, s'han anat fent un lloc i un forat en la nostra feina. En podem trobar de molts tipus, de moltes durades i sobre molts temes. Al CAPÇALERA hi hem pensat i us proposem veure d'on venim, com es poden monetitzar i n'analitzem el panorama actual a Catalunya.

**Joan Maria Morros**

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

[deganat@periodistes.cat](mailto:deganat@periodistes.cat)

Foto: Fernando Lavín / Unsplash

# CRÒNICA DEL FALS AUTÒNOM

Els repartidors de Glovo i Deliveroo han destapat la caixa dels trons d'una realitat gens aliena al periodisme

TEXT CARMÉ ESCALES

**El nombre de falsos autònoms ha crescut a Catalunya durant la pandèmia en quasi tres mil persones, apunta la UGT. I ja ho havia fet durant la crisi econòmica, quan es van duplicar el nombre de professionals de la informació treballant per compte propi. En aquest context, la figura del fals autònom és una pràctica comuna en diverses professions, la nostra inclosa. Però, a poc a poc, la jurisprudència està desvetllant una realitat subjacent en el mercat laboral de periodistes i fotògrafs, i ha evidenciat una precarietat que escanya el dret a la informació.**



La professió periodística, que històricament ha patit una forta precarietat, ara veu com també creix el nombre de falsos autònoms. Foto: EyeEm / Alamy

“El fals autònom és una figura de lluita clàssica en l’ofici periodístic”, afirma Júlia Senra, advocada i professora associada de la UAB, que reconeix que la vocació ha passat massa sovint per sobre dels drets laborals. Sense cap regulació, el sistema de treball autònom d’un periodista o d’un fotògraf que cobra un tant per peça i que es paga la seguretat social, però que adapta la feina a la línia i les directrius d’un mitjà, pot estar en aquella “escala de grisos que sempre hi ha en el dret laboral”.

“Un freelance tria autònomament la feina que ha de fer, i té capacitat per negociar-ne el preu. Fora d’això, no és un freelance”, exposa Paco Pérez, advocat del Col·lectiu Ronda. “Molts mitjans substitueixen plantilla laboral amb antiguitat i sous més dignes per col·laboradors des de casa seva amb retribucions enormement inferiors, sense vacances ni seguretat social”, afegeix. Pràctiques com aquesta accentuen la precarització i propicien, com afirma l’especialista en dret laboral, “amb excepcions digníssimes, un model periodístic que fa involucionar la professió”.

Des del Sindicat de Professionals de la Comunicació (SPC), el president, Francesc Ràfols, cita la figura del *pigiste*, a França, el freelance que cobra per cada feina i a qui l’empresa a qui factura li cobreix la seguretat social en proporció al seu treball,

## "LA SITUACIÓ DE FALSOS AUTÒNOMS ESTÀ GENERANT UNA GRAN BORSA DE POBRES"

Jordi Masvidal, Afisec Serveis Empresarials

com a exemple de model regulat per un estatut professional de periodistes que garanteix uns drets bàsics que aquí no hi ha.

### PROBLEMA ENDÈMIC

A Espanya la situació és molt diferent. I està empitjorant. Al gener, la UGT ja va denunciar que a Catalunya, per causa de la pandèmia, les dades de l’Enquesta de Po-

blació Activa mostren un creixement dels falsos autònoms. El sindicat ho xifra en 2.885 persones. Darrerament, però, també ha estat notícia que el Tribunal Suprem ha avalat que els *riders* tant de Glovo com de Deliveroo són falsos autònoms. Ara bé, què passa amb els periodistes?

ATA, l’organització d’autònoms, ha admès alguna vegada que xifrar la magnitud dels falsos autònoms a Espanya és difícil per culpa de la manca d’estadístiques. Es

## A CATALUNYA EL NOMBRE DE FALSOS AUTÒNOMS HA CRESCUT DURANT LA PANDÈMIA DE LA COVID EN MÉS DE 2.885 PERSONES

parla de 100.000 persones, tot i que altres sindicats doblen la xifra. Si bé els sectors del repartiment de menjar a domicili i els transports són sovint assenyalats per tenir molts falsos autònoms, els mitjans de comunicació no fan curt. Durant la crisi del 2008, es va doblar el nombre de periodistes autònoms, i els sindicats es temen que a molts les empreses els obliguessin a donar-se d’alta com a autònoms.

Al novembre del 2012, *Mèdia.cat* publicava un article (“Els acomiadaments invisibles”) en què denunciava unes víctimes més propícies de la crisi. “Són els col·laboradors externs, freelance, falsos autònoms, temporals que han anat encadenant contractes durant anys i panys... són els acomiadats invisibles de la crisi dels mitjans”, alertaven.

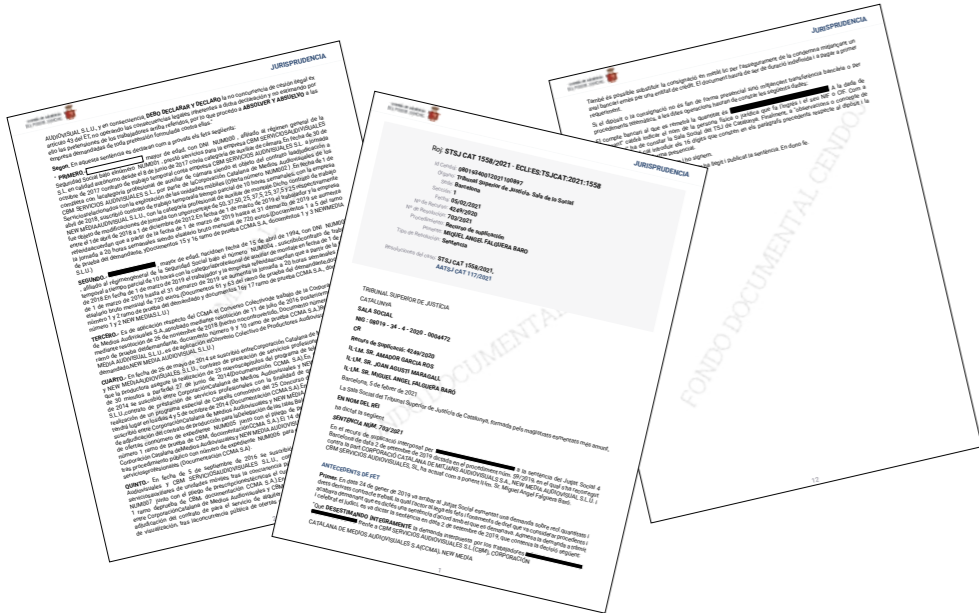
“Ser autònom hauria de ser una manera d’exercir la professió en facetes diferents, amb més especialització, més flexibilitat i més versatilitat. Tot i així, molts dels problemes dels periodistes autònoms són causats per la situació endèmica de desprotecció del col·lectiu en aquest país”, explica Assumpció Maresma, editora de VilaWeb.

També, Josep Ritort, secretari general de l’Associació de Mitjans d’Informació i Comunicació (AMIC) considera “vital” la tasca dels col·laboradors externs. “El periodisme no pot existir sense ells”, admet. “Són especialistes en una temàtica determinada que aporten pluralitat d’opinions, no només en l’àmbit polític, sinó també en el social i el cultural i que, generalment, ja tenen una ocupació principal, a la universitat, per exemple. No seria assumible contractar-los, almenys per a un 90% dels nostres associats, que tenen una o dues persones en plantilla i la resta són col·laboradors externs que contribueixen a enriquir el mitjà”. Una altra cosa —precisa—, “són els col·laboradors que fan el que fa algú de plantilla, aleshores estem d’acord que s’ha de regularitzar”.

### INTERPOSAR DEMANDA

Tal com expliquen des del despatx d’advocats Gay-Rosell&Solano, assessors laborals del Col·legi de Periodistes, “potser s’ha abusat dels autònoms, però ha estat, també tradicionalment, una relació interessada per les dues parts. Quan es planteja l’acció legal o demanda, s’acostuma a portar ja un temps molt perllongat sota aquesta figura, i és quan encaixa al treballador, perquè el reconeixement de la relació laboral, per part d’un jutge, pot anar acompanyada de l’acomiadament”. En qualsevol cas —afegeixen— “davant de qualsevol inquietud, cal fer la fotografia, estudiar cada cas”.

“És un món molt petit, en el qual el col·laborador pot pensar: jo em deixo torturar, perquè aconseguiré més estabilitat i em faran un contracte”, apunta Senra. “Però —prosegueix— quan passen vint anys i s’atansa a la jubilació, es tracta de veure què ha passat i com ha estat la relació amb el mitjà”. “Normalment, és quan es perd la feina que es demanda”, precisa Ràfols. “I, tot i això, —diu— encara es de-



Una de les sentències recents del TSJC, que aprecia una cessió il·legal de treballadors autònoms per part d'una productora a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

# UN MARC LEGAL PARTICULAR

El Col·legi de Periodistes va traslladar als grups parlamentaris catalans al Congrés la petició de la identificació de l'IAE i el CNAE per donar cobertura a periodistes i comunicadors. Un dels perjudicis d'aquesta absència és no poder-se acollir a licitacions, subvencions o ajuts públics, com els fons post Covid. Curiosament, sí que tenen IAE propi els *rejoneadores* (052) o els qui tiren les cartes del tarot (881) que tenen el d'*astròlegs i similars*. A continuació -i gràcies a l'assessorament d'AFISEC, Serveis Empresarials SL-, resumim el marc legal dels freelance i els oferim alguns consells pràctics:

## AMB ELS CERAMISTES

Alta al cens d'Hisenda (Model 037) informant de l'inici de l'activitat i de l'IAE on s'inscriu l'activitat. A falta d'epígraf específic de periodista, Hisenda indica que ho cal fer al Grup 861 (*Pintors, escultors, ceramistes, artesans, gravadors i artistes similars*)

## PAGAMENT PROGRESSIU DELS AUTÒNOMS

El criteri per fer-ho és que hi hagi hàbit. No està recollit enlloc que per menys de certa quantitat de facturació a l'any no calgui pagar-los. La quota el primer any és de 60€ i fins al final del segon any d'activitat va augmentant fins arribar al 100% de la base mínima, que són 286,15€.

## PROBLEMES AMB LES COOPERATIVES

Les cooperatives de facturació d'activitats professionals són a l'ull del huracà de la Inspecció de Treball. A França, per exemple, estan regulades, però aquí no.

## UNA REFORMA ENCARA MOLT TENDRE

Cal tenir en compte que el projecte de reforma d'autònoms anunciat per al gener de l'any 2023, i que neix amb la premissa d'un període de transició de nou anys, és encara un esborrany molt verd que planteja la necessitat de moltes modificacions.

## DESPESES RESTRICTIVES

Cal tenir en compte que les diferents despeses deduïbles -molt restrictives- estan fixades genèricament per a tots els autònoms.

## PREVEURE LA JUBILACIÓ

Atès que un 80%, o més, dels periodistes autònoms cotitzen per la base mínima (286,15€), cal preveure alternatives per a la jubilació, planificar la sortida del mercat de treball, com són inversions o fons de pensions.

nuncia poc”. També troba que “el Servei d’Inspecció de Treball hauria d’intervenir de manera més concreta per evitar fraus de llei continuats. De, fet, ens ha demanat desvetllar casos de falsos autònoms, si bé això no es pot fer sense el permís del treballador”.

### BATALLES JUDICIALS

Tot i això, les notícies al voltant de falsos autònoms als mitjans és, en els darrers anys, una pluja fina però constant. El desembre del 2019, Canal Sur va ser condemnada per contractar falsos autònoms com a corresponsals, alguns des de feia setze anys. Al setembre del 2020, una Inspecció de Treball va determinar que EITB tenia falsos autònoms i el juny d’enguany, el Suprem va confirmar una sentència contra Unidad Editorial que establia que quatre fotògrafs col·laboradors eren falsos autònoms.

De jurisprudència ja n’hi ha, en canvi, la sentència no és un procediment senzill. De vegades són els mateixos treballadors els que opten per continuar treballant tot i sabent que arribaran a la jubilació sense cap indemnització en el final d’etapa amb una empresa, i havent cotitzat el mínim d’autònoms. D’aquesta manera, “la situació de falsos autònoms està generant una gran borsa de pobres”, alerta Jordi

Masvidal, director i soci fundador d’Afisec Serveis Empresarials SL, assessors fiscals del Col·legi de Periodistes. En aquest sentit, cal recordar que els col·legiats que tinguin alguna consulta sobre la seva situació laboral poden fer-ho al correu [assessorament@periodistes.cat](mailto:assessorament@periodistes.cat)

Sempre hi ha un motiu personal per no demandar. “Això depèn de la situació econòmica de cadascú. A mi m’agradava molt la feina que feia, em sentia formar part d’una empresa. El que poguéss fer per

## ELS DARRERS ANYS, CANAL SUR, EITB I UNIDAD EDITORIAL HAN ESTAT CONDEMNATS PER TENIR FALSOS AUTÒNOMS EN LES PLANTILLES

a altres era residual”, exposa un càmera de televisió que prefereix mantenir l’anonimat. Va prestar els serveis una desena d’anys en una televisió pública com a autònom i uns altres més com a Societat Limitada Unipersonal (SLU). Treballava a les ordres de la televisió, tot i que amb càmera i cotxe propis. Assumia tot sol la càrrega dels préstecs al banc per ajuts ICO que havia hagut de demanar. “Sabia que si denunciava la meua situació com a fals autònom, ja no em donarien més feina i passaria mesos sense facturar. I els bancs se m’haguessin menjat”, exposa.

“Però es van crear els concursos per zones informatives en els quals feien contracte de serveis que podien rescindir amb anticipació, com va ser el meu cas. No em va quedar altre remei que demandar”, explica. Mentre consumia els estalvis, van passar els vuit o nou mesos d’espera de la sentència en què practicava una “economia familiar de guerra”. El 2014, un jutge va dictaminar que era un comiat improcedent i va condemnar la televisió a indemnitzar-lo, cosa que implicava el reconeixement de la relació laboral amb

el demandant que passava a adquirir, així, el dret a percebre en la jubilació la paga corresponent a les cotitzacions de la seguretat social que la sentència judicial obligava a saldar a l’empresa. Són victòries judicials que també arrossegueu dolor. “Jo havia ficat a la feina tantes hores al dia com calia. Dormia amb el telèfon al costat. I, de sobte, l’empresa passa de tractar-te com un més al menyspreu total”, recorda.

### COM UNA DEIXALLA

El periodista Nacho Para també sap què significa això. Ell tampoc no volia demandar. Havia començat a treballar al *Periódico de Catalunya* el 1988. Ho feia a



Entrevista a Xavier Aldekoa, periodista

# "HE APRÈS A NO JUTJAR LA TRISTOR DELS ALTRES"

De petit, abans d'anar a dormir, gaudia amb un conte que passava a l'Àfrica i anys després, de gran, és corresponsal de *La Vanguardia* en aquest continent, des d'on explica als lectors les històries que hi troba. Xavier Aldekoa aposta per la proximitat, pels matisos, per treballar sense presses i fer-ho de la manera més honesta possible. És la seva manera d'entendre el periodisme i d'explicar el que passa en un territori immens que Occident sovint redueix a una etiqueta carregada de prejudicis.

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTO SERGI REBOREDO

**Comencem anant al 1878, quan Jules Verne escriu *Un capità de quinze anys*, un llibre important en la teva infantesa.**

En realitat, no sabia que era un llibre. El meu pare, gran lector, ens explicava a mi i als meus germans trossos de contes quan anàvem a dormir. *El Lazarillo de Tormes* o *Don Quixot de la Manxa* els vaig conèixer per aquells contes del pare. I *Un capità de quinze anys*, també. I hi ha un moment que el capità creu anar a Amèrica però arriba a l'Àfrica. I el meu pare ens col·locava enmig d'aquelles històries. De cop jo anava amb un matxet trencant lianes. I això em va captivar. *Un capità de quinze anys* –llibre que encara tinc– em feia venir ganes d'anar a aquell lloc on, de sobte, veies una girafa o un elefant. Era com un joc màgic, però que existia de veritat. I em vaig quedar amb això. M'atreia qualsevol cosa que fes referència a l'Àfrica. Quan un dia ho vaig explicar, el meu pare no s'ho esperava perquè ni es recordava d'allò.

**Jules Verne no va utilitzar mai cap pseudònim. En canvi, tu et dius Javier Morales Medina. Per què Xavier Aldekoa?**

Perquè m'estimo molt la meua àvia materna, originària del País Basc, que té vuitanta-set anys i viu aquí. Sempre he tingut una molt bona relació amb ella. De jove ja li explicava que volia escriure i ser periodista. I just la setmana abans de començar a treballar a *La Vanguardia* com a becari, es va quedar cega, amb només un 15-20% de visibilitat. Necessitava una lupa per llegir i jo estava molt impactat. I llavors en Llàtzer Moix, el cap de Cultura, em va preguntar: "Com vols firmar?". I vaig pensar que l'àvia amb la lupa podria llegir el cognom de la signatura i hi vaig posar el seu. Va ser com una mena d'homenatge.

**Ryszard Kapuscinski va dir que l'"Àfrica no existeix", en el sentit que són cinquanta-cinc països i més**

**de mil milions d'habitants. Tu, en canvi, dius que l'"Àfrica no existeix, però que els africans sí que existeixen".**

És un intent de posar al centre les persones. Perquè ser corresponsal a l'Àfrica és mentida. No pots ser corresponsal en un continent tan gran, tan enorme, no només en la diversitat de països i persones, sinó també geogràficament. Llavors, la manera més honesta que conec és anar als llocs i trobar petites històries que serveixin per explicar situacions complexes. Ara bé, sempre posant les persones al centre. Com la Giovana, una nena de dotze anys de Cap Verd, que gràcies a l'arribada de l'energia solar al seu poble ja té electricitat, pot escoltar la ràdio i vol ser cantant. Ja no té el futur establert de voler ser una mestressa de casa. La seva és una petita història, una porta oberta per explicar l'impacte de les energies renovables en el continent africà.

## PERFIL

Xavier Aldekoa (Barcelona, 1981) és llicenciat en Periodisme. Amb poc més de vint anys va viatjar per primer cop a l'Àfrica, on el 2009 va establir la residència a Johannesburg. Ha cobert conflictes i temes socials a més de quaranta països africans. És corresponsal de *La Vanguardia* en aquest continent, si bé també realitza reportatges de televisió per a diferents mitjans i col·labora amb ràdios, diaris i revistes. Autor d'*Océano África* (2014), *Hijos del Nilo* (2017) i *Indestructibles* (2019), tots publicats a Península, és cofundador de la revista de periodisme internacional *5W* i de la productora social i independent Muzungu. La seva tasca l'ha fet guanyador de premis com ara el Premi Civisme, el Premo Letras enredades IRedes o el premi de periodisme solidari Memorial Joan Gomis.

**A vegades, sembla que parlar de l'Àfrica significa parlar de guerres i de fam, si bé tu has fet articles fins i tot parlant de poetes africans que demostren que l'Àfrica és molt més que un prejudici d'Occident.**

És una de les meves obsessions: intentar explicar el continent d'una manera equilibrada, honesta, justa. Hi ha informacions que ja em venen rodades. De guerres, fam

**"SER CORRESPONSAL A L'ÀFRICA ÉS MENTIDA. NO POTS SER CORRESPONSAL EN UN CONTINENT TAN GRAN, TAN ENORME"**

i epidèmies segurament en parlaré. Amb tot, intento fer un esforç per explicar que a Somàlia, per exemple, la poesia és un fet central entre la gent. O sobre unes pintures rupestres –de les més interessants del continent– que es van descobrir fa uns

anys a Somalilàndia del nord. I a Kenia vaig veure que tothom utilitzava el mòbil per comprar, quan nosaltres encara no ho fem. Fins i tot compren els tomàquets al mercat amb el mòbil.

**Això trenca la imatge preestablerta que sovint tenim de l'Àfrica.**

La imatge de pena i tristor sobre l'Àfrica tampoc no és innocent. És una reducció a una etiqueta que ens serveix per definir-la fàcilment. Un continent que és una etiqueta. El continent perdut. El continent endarrerit. El continent sense

**"LES PRESSES A L'HORA DE TREBALLAR BENEFICIEN EL PERIODISTA, PERÒ NO ELS PROTAGONISTES DE LES HISTÒRIES"**

esperança. En canvi, si li dediques temps t'adones que és molt més complex. Les presses a l'hora de treballar beneficien el periodista, però no els protagonistes de les històries. Dedicar més temps a una història, implica que flueixin la complexitat, la dignitat, els matisos. Cal donar al protagonista més temps per parlar, per explicar-se. Sinó només pot fer titulars. I aquesta dinàmica perversa de quedar-nos amb una etiqueta és el que fem amb el continent africà.

**Tornant a Kapuscinski, ell deia que no havia fet mai una entrevista, que parlava amb la gent.**

Jo mai gravo les converses. A mi em preocupa molt –i li dedico molt d'esforç– que tot vagi a favor de l'entrevistat, que se senti còmode. Em refereixo a la gravadora però també al traductor. Per exemple, no pot anar

a fer un reportatge sobre dones violades i que el traductor sigui un veí de l'entrevistada. O que sigui un home i ella se senti incòmoda. O que s'hagi d'expressar en francès si resulta que el seu idioma matern és un altre.

**Parlem molt de la imatge que tenim nosaltres de l'Àfrica, ara bé i la que ells tenen sobre l'opulència d'Occident creada pels mitjans de comunicació? És també una imatge distorsionada?**

En aquesta resposta hi ha moltes respostes possibles. Tots els éssers humans quan somiem ho fem amb la possibilitat d'èxit. Nois que volen venir aquí i guanyar diners. Però també trobo nois que, a efectes pràctics, han triomfat. Al final l'èxit molts cops acaba sent la consideració que el teu context té de tu. I el noi africà que viu

aquí ven ferralla o treballant dur per un sou baix, si pot enviar diners a la seva família i amb aquests diners el seu germà pot estudiar i la seva

mare es pot comprar roba nova, i els veïns ho veuen, llavors el noi és un triomfador. És cert que molts viuen situacions que no són tan bones com somiaven. Hi ha qui té unes expectatives que no es compleixen i després se'n penedeix, si bé també et trobes molta gent que està bé aquí. El que passa és que això és una trampa.

**Per què?**

Perquè aquest èxit tan fràgil no té final. Molts d'ells venen a treballar, a crear un coixí econòmic i després tornar al seu país i, en canvi, no poden deixar-ho. Perquè aquest sentiment de triomf dels nois només existeix si segueixen enviant diners. Si tornen, deixen de ser uns triomfadors. I això és molt dur i els angoixa.

**Després de tot el que has viscut a l'Àfrica, aquí relativitzes moltes coses?**

Tots aquests anys a l'Àfrica he après a no jutjar massa la tristor dels altres. Són dos mons diferents i els problemes també són diferents. El 2011, a la frontera de Somàlia vaig conèixer una dona que acabava de perdre el seu fill. Arribaven persones, fugint de la sequera, amb els bebès morts als braços. Això és una brutalitat. Però no és just que un cop aquí, si un amic m'ex-

plica que ell o els seus pares han perdut la feina... això no sigui també un problema. No és tan important la comparació com valorar el que tens i relativitzar els problemes buits, els problemes que no ho són. Si l'empatia és un esforç diari, això també ho és. Amb les meves filles és un esforç diari explicar-los-hi, per exemple, que han de valorar les joguines. Quan torno de l'Àfrica una de les coses que aquí més em costa són els aniversaris i els Reig Mags. És molt difícil no omplir-los de joguines. Que no valorin tot el que tenen és el que més em costa.

**El 2016, escrivies en el teu blog: "No treballo de manera meticulosa. No n'he sabut. Acostumo a decidir per la nit a quina hora començaré l'endemà". Això és molt africà, no? De viure el dia a dia.**

No és només el fet de treballar. La meua manera de viure té molt a veure amb la improvisació. Fins i tot té un punt malaltís o exagerat. Recordo haver agafat el cotxe a Sud-àfrica i, un cop a la cantonada, decidir si anar a la dreta o l'esquerra. Quan surto a córrer mai sé cap a on aniré.

**"LA MEVA MANERA DE VIURE TÉ MOLT A VEURE AMB LA IMPROVISACIÓ. FINS I TOT TÉ UN PUNT MALALTÍS O EXAGERAT"**

I aquesta manera de fer m'ha servit molt a la feina perquè m'ha permès dir "a veure què hi trobo". A mi m'agrada, és una manera de sentir-me viu.

**A part dels teus articles en premsa, també tens la productora Muzungu. Què t'aporta l'audiovisual?**

Cal matisar que vaig entrar en l'audiovisual fa uns deu anys per la porta del darre-re. Els meus amics Rodri i Barry, als quals vaig conèixer a Kenia, em van ensenyar a gravar, etc. Jo entenia l'audiovisual com una eina per viatjar per l'Àfrica, perquè les televisions paguen molt millor. Vaig viatjar a tot arreu treballant per a televisions de Llatinoamèrica. Al principi, era una eina

que em permetia arribar a certes històries, però a poc a poc he començat a fer les paus amb l'audiovisual i a veure que té un llenguatge propi, que pots explicar coses

**"A 5W INTENTEM EXPLICAR QUE, A VEGADES, CAL FER UN REPORTATGE DURANT UN MES PERQUÈ EL LECTOR EL PUGUI LLEGIR EN EL QUE DURA UN CAFÈ"**

diferents. Tot i això, encara no és el meu mitjà. Jo soc una persona de muntanya i el mar no és el meu medi natural. Doncs l'audiovisual seria el meu mar. Està molt bé, és molt bonic, però no sé si mai el sentiré com a meu.

**Ets un dels fundadors de 5W. Un dels responsables de Jot Down explicava en una entrevista que els advertien que la gent no llegia textos llargs, però ells, que no eren periodistes, van fer el que volien i van acabar triomfant. No hem de fer cas al tòpic que la gent no llegeix?**

És que si vols fer alguna cosa que funcioni per a un màxim de gent possible, potser només hauríem d'escriure de futbol. Jo crec que el periodisme no és això, sinó que també és obrir una finestra al món perquè hi

hagi el màxim de gent possible que miri cap a un costat. I a 5W intentem fer un periodisme internacional, realitzat des del terreny –que tingui pols a les botes– i d'aquesta manera explicar al lector que alguns cops cal fer un reportatge durant un mes perquè ell se'l pugui llegir en el que dura un cafè.

**A l'Àfrica, a part de la Covid, hi ha un altre virus com és el gihadisme. Però ens el mirem amb certa distància fins que les bombes exploten a Occident...**

Quan hi van haver els atemptats de *Charlie Hebdo* a París, jo era en una zona de Nigèria on els gihadistes de Boko Haram

havien atacat unes viles durant cinc dies. Es calculava que havien assassinat unes dues mil persones, que sis mil havien fugit d'allà i que hi havia un nombre

indeterminat que no se'n sabia res. Però en les manifestacions a nivell mundial contra el gihadisme pels fets de *Charlie Hebdo* no es va fer cap

menció a aquelles matances. La sensació que parlem de mons diferents, també és això. Estem deixant créixer el gihadisme a l'Àfrica, on fa quinze anys era un fet residual, i actualment s'està expandint com un càncer.

**A l'abril, van assassinar en David Beriáin i en Roberto Fraile a Burkina Faso. Això et fa replantejar la feina? O ja ets conscient del que hi ha?**

Jo coneixia en David, amb qui em va portava bé. I el que va passar et fa pensar, però des de sempre he tingut molta cura de la meua seguretat. Soc el primer interessat a tornar a casa. I veus l'impacte que aquelles morts provoquen perquè t'adones d'un cert neguit al teu voltant. Amb tot, són professions que necessiten assumir certs riscos, com passa amb un bomber o un militar.

**El 7 de març de 2019, vas fer una piulada sobre el teu tercer llibre, Indestructibles, en què deies: Estic (soc) feliç. L'Àfrica i el periodisme són la teva fórmula de la felicitat?**

Hi ha més coses, però sí, quan m'estic a l'Àfrica soc molt feliç. I ho noto molt. Cada vegada m'agrada menys marxar dels llocs. Jo a casa, amb la família, estic molt bé i no tinc ganes de marxar. En canvi, quan soc allà, m'ho passo tan bé, aprenc tantes coses i em sento tan viu que llavors tampoc vull marxar, tot i tenir unes ganes terribles de veure les meves filles. Aquesta sensació de fer-te sentir viu cada dia és un privilegi que fins i tot costa de descriure. M'agrada moltíssim el que faig, i això suposo que es defineix bastant com la felicitat. Ç

# EL NOU ESCENARI

Els gabinets de premsa i les àrees de comunicació s'adapten a la postpandèmia

TEXT ELISABET CARVAJAL  
IL·LUSTRACIÓ EDMON DE HARO



La feina dels periodistes de gabinets de premsa, en molts casos essencial, ha aportat transparència, enteniment i ordre en moments de desconcert. La Covid-19 també ha impulsat el compromís de les organitzacions i ha multiplicat l'ús de la tecnologia i la digitalització per mantenir el contacte amb els públics: més videoconferències, més WhatsApp, més Telegram, més continguts als mitjans propis (blog, xarxes, etc.), més QR... Tot apunta que la realitat postpandèmia estarà impregnada de noves dinàmiques i maneres de fer en el periodisme corporatiu. Plantegem un exercici de prospecció sobre les tendències post Covid als gabinets i a les àrees de comunicació.

“La pandèmia ha fet que les àrees i consultores de comunicació hagin consolidat el seu rol i, fins i tot, crescut en dimensió i influència. La reputació i el compromís – intern i extern – són més rellevants que mai per a les organitzacions”, explica Cristina Salvador, coordinadora del Grup de Treball de Periodistes Corporatius i Gabinets de Comunicació del Col·legi de Periodistes. Consultors de comunicació i professionals dels gabinets de premsa alcen la mirada cap al futur pròxim que dibuixa la realitat post Covid, un escenari en construcció. Ja ho deia Walt Disney: “Els temps i les condicions canvien tan ràpidament que hem de mantenir el nostre objectiu constantment enfocat en el futur”.

## MÉS COMPROMÍS

S'ha repetit com un mantra que la pandèmia ha accelerat els processos de digitalització de la societat actual, un altre eix que no es pot obviar és que la Covid-19 ha estat un accelerador per al compromís de les organitzacions, orientant accions de gabinets de premsa i d'àrees de comunicació.

Durant la Segona Jornada de Comunicació Corporativa i Periodistes de fonts, el passat mes de febrer, la periodista Marcela Ospina, assegurava que “la Covid-19 ha

## “LA PANDÈMIA HA DEMOSTRAT QUE EL SECTOR POT REINVENTAR-SE”

Elisenda Estanyol, UOC

promogut una preocupació genuïna pel bé comú i la sostenibilitat”. En el mateix sentit també apuntava Cristina Salvador. “En un context d'emergència social i sanitària, les empreses revaliden el contracte social, la seva raó d'existir i la comunicació és l'encarregada d'explicar-la i sumar aliats a la causa. Aspectes com el propòsit, el lideratge en un context híbrid, la motivació dels treballadors, la rellevància i la vinculació emocional amb els clients o usuaris, les històries amb focus en el factor humà han guanyat pes amb la pandèmia”, assegurava.

Ara bé, la força adquirida pel compromís o pel propòsit empresarial seguirà empe-

nyent en un escenari postpandèmia? Per a Salvador, el futur de les àrees de comunicació de les organitzacions “passa per crear comunitat i un flux continu d'informació, mantenint les audiències connectades. Per a les comunitats, el més important és la gestió del propòsit, quina causa els uneix”. Ana Palencia,

directora de comunicació d'Unilever, també coincidia en la solidesa d'aquest compromís. “Són les organitzacions amb propòsit les que perduren”, afirmava.

## NOTES EN TEMPS DE GOOGLE

Les notes de premsa són, conjuntament amb l'organització d'esdeveniments informatius, una eina bàsica dels gabinets de premsa en la relació amb els mitjans. La nota de premsa, estructurada correctament, amb valor informatiu i oportunitat de context, gestionada professionalment i adreçada als periodistes adequats ha estat, durant dècades, una eina inqüestionable, insubstituïble i poderosa. Però, mantindrà



## LA TRANSFORMACIÓ QUE S'ACOSTA

La pandèmia ha accelerat la transformació profunda dels mitjans de comunicació. Segons l'informe *Journalism, Media and Technology. Trends and predictions 2021*, del Reuters Institute de la Universitat d'Oxford –elaborat amb professionals de quaranta-tres països, entre aquests Espanya– els canvis implicaran una transformació extraordinària que impactarà també en les dinàmiques dels gabinets de premsa i que influirà en l'elaboració de plans de comunicació i llurs estratègies. A continuació, apuntem les conclusions més rellevants per als periodistes de fonts:

### L'EXTENSIÓ DE LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL

Els mitjans de comunicació estan apostant fort per la intel·ligència artificial orientada a personalitzar les experiències dels usuaris (de les portades digitals i altres formes de suggeriments automàtics). Segons l'informe, aquestes tecnologies suposaran l'impacte més gran per al periodisme en els cinc anys vinents (fins i tot per sobre del 5G). D'altra banda, els professionals del sector creuen que el risc de la intel·ligència artificial és que les petites empreses es puguin acabar quedant enrere.

### L'AUGE DE LA SUBSCRIPCIÓ

A partir de 2021, els mitjans s'han abocat a la subscripció i al comerç electrònic, dos models de negoci que s'han disparat durant la pandèmia. Avui, ja és habitual que els usuaris s'hagin de registrar per accedir als continguts (opinió, entrevistes, etc.). L'Informe de Reuters del 2020 ja apuntava cap a aquesta tendència per als mitjans del sud d'Europa i ara ja està instal·lada pràcticament a totes les grans capçaleres de l'Estat.

### ENLAIRAMENT DE L'ÀUDIO DIGITAL

Segons l'informe, la postpandèmia estarà marcada per l'auge dels podcasts. De fet, l'ús d'aquest format també s'endevina, segons alguns estudis, com una de les grans tendències per a la comunicació corporativa a l'Estat Espanyol. Tornant als mitjans de comunicació, l'àudio digital permet una forta innovació en continguts, models de negoci i també la seva monetització. S'apunta la veu i la capacitat de transformar textos en àudios com una manera de capitalitzar la creixent popularitat d'aquests formats. L'Informe recull que “enguany serà l'any en què les redaccions que ara produeixen text invertiran més recursos en àudio i vídeo, en periodisme de dades i en històries visuals que es consumeixen ràpid i que funcionen molt bé a les xarxes socials”.

### MÉS REGULACIÓ A INTERNET

S'avança en una nova era per a Internet, amb més regulació en general, més límits a la llibertat d'expressió, més protecció als drets dels usuaris de les plataformes, i restriccions a la difusió dels continguts dels mitjans. De fet, aquest any

### SEGONS ALGUNS ESTUDIS, ELS PODCASTS SERAN UNA DE LES GRANS TENDÈNCIES PER A LA COMUNICACIÓ CORPORATIVA A ESPANYA

Google o Facebook ja paguen sumes significatives a mitjans per l'ús dels seus continguts a diferents països europeus. A casa nostra aquesta regulació ha tingut un impacte directe en l'activitat dels diferents gabinets de premsa. Les restriccions s'han traduït també en una reducció de la visibilitat en línia de les notícies generades a partir de notes de premsa, especialment aquelles que han estat difoses a través d'agències informatives.

### TORNA LA PRESENCIALITAT

Segons l'Informe es pot anticipar “una necessitat del contacte cara a cara després d'un any de confinaments i de restriccions. Durant l'any 2021, reapareixeran els “esdeveniments” de la vida real i es notará l'efecte de la fatiga de Zoom.”

la fortalesa davant de l'acció del màrqueting de continguts, dels algoritmes dels cercadors, i dels canvis tecnològics dels mitjans? Passa el futur de la nota de premsa per inevitables concessions als recursos del SEO com l'ús de les paraules clau?

“Les paraules clau d'avui són com la perxa d'actualitat de fa anys. Busquem ser visibles en el nostre context informatiu, on cada dia costa més destacar. Per això, les tàctiques de treball són cada vegada més nínxol i més tècniques perquè la tecnologia ho ha mecanitzat, si bé les estratègies de base són molt similars”, afirma Salvador, que veu també en aquesta relació d'equilibris entre el valor informatiu de la nota de premsa i el SEO que “els criteris de visibilitat o “*awareness*” i rellevància (valor de la notícia o contingut) no són sempre els mateixos”. “Però –afegeix– sovint ens esforcem a fer-los coincidir. Busquem que la rellevància de la informació sigui també

## "LES HISTÒRIES AMB FOCUS EN EL FACTOR HUMÀ HAN GUANYAT PES AMB LA PANDÈMIA"

Cristina Salvador, Col·legi de Periodistes

interessant segons els criteris de visibilitat de Google: unicitat, creativitat... El més important d'una informació és que generi interès entre els nostres públics objectius, i que això ens porti a la prescripció i ho comparteixin als seus canals propis. I això passa, entre altres, per tenir uns canals propis potents”.

### FÓRMULES HÍBRIDES

“La força de la comunicació en viu dels esdeveniments presencials és incomparable. Amb tot, la pandèmia ha demostrat que el sector pot reinventar-se. Els esdeveniments híbrids han arribat per quedar-s'hi”, apunta Elisenda Estanyol, directora del màster en Comunicació Corporativa de la UOC.

Efectivament, durant la pandèmia les plataformes de videoconferència –Zoom,



Microsoft Team, o Google Meet– han estat clau en les relacions dels periodistes corporatius amb els mitjans. Aquestes

plataformes han estat utilitzades per a esdeveniments informatius de tota mena i també per a entrevistes.

Se sap que tornarà l'esperat cara a cara amb els periodistes, però tot indica que les plataformes en línia seguiran presents, d'una manera o altra, en conferències de

## AMB LA COVID-19 LES ÀREES DE COMUNICACIÓ HAN RECUPERAT ELS CODIS QR PER PODER DESCARREGAR DOCUMENTS

premsa, entrevistes, simposis, congressos, fires i totes les tècniques de les relacions públiques que fins abans de la pandèmia eren eminentment presencials.

“Són eines que s'hi quedaran, perquè són pràctiques i permeten una connectivitat global. Tot i així, jo crec en una combinació, en una relació híbrida de canals digitals i trobades presencials. Els canals digitals serveixen per a moments pun-

tuals com prèvies, informacions que no requereixen d'excés context, portaveus internacionals que racionalitzaran més els viatges... En canvi, la presencialitat és clau per a la feina de recerca del periodista, per a la personalització de les intervencions, per a la repregunta, per a copsar el matís del no-verbal, per la relació humana i la possibilitat d'aprofundir en el context i el tarannà de la persona o l'organització subjecte de la informació”, explica Salvador.

Una altra de les eines recuperades durant la pandèmia ha estat el codi QR.

“La pandèmia l'ha ressuscitat”, admet Salvador. “A les àrees de comunicació –prosegueix– també l'hem rescatat perquè els nostres públics

es puguin descarregar documents. Serveix més per a entorns físics que digitals en què és més pràctic un enllaç. Les eines digitals van canviant, saber quan perdurarà en l'etapa post Covid és una incògnita. En tot cas, hem de treballar sempre a dues velocitats: aprofitar la tecnologia més usada pel nostre públic i anticipar-nos a nous recursos i eines per a aportar el factor sorpresa i la innovació a la nostra comunitat”. Ç



Membres d'AJ+, el canal d'Al-Jazeera pensat per als més joves, amb un dels premis Emmy guanyat el 2019. Foto: AJ+

# INFORMATIUS (EXITOSOS) PER A JOVES

Televisions de tot el món creen contingut periodístic innovador que es distribueix a través de les xarxes socials i de WhatsApp

TEXT EUDALD COLL

**Els joves no se senten identificats amb els noticiaris convencionals. En realitat, molts d'ells, sobretot els nadius digitals, prefereixen informar-se a través de les xarxes socials. Davant d'aquesta disjuntiva generacional i tecnològica, en els darrers anys, diferents mitjans de comunicació de tot el món han creat píndoles informatives, aplicacions i programes pensats per arribar, d'una forma innovadora, a aquest públic potencial que fa temps que els està girant l'esquena.**

La pandèmia de la Covid-19 –sobretot durant el confinament, però també en els darrers mesos– ha disparat el consum televisiu, en especial de contingut informatiu. Malgrat l'augment en la demanda, els hàbits de consum dels més joves segueix mostrant uns patrons diferents dels adults. Molts menors de trenta anys no mostren gaire simpatia pels informatius tradicionals i prefereixen informar-se a través d'altres fonts.

La tendència ja ve de lluny. El 2015, Bárbara Yuste, periodista i professora de les universitats Carlos III de Madrid i de la Camilo José Cela, al seu estudi *Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes*, ja advertia del desplaçament del consum informatiu del públic jove cap a l'entorn digital. “Però no només cap a Internet –aclaría–, sinó especialment cap a les xarxes socials”. I, tot seguit, destacava com els joves “atorguen als mitjans socials una nova funcionalitat: la d'accedir a les notícies”.

Conscients d'aquest fenomen, en els darrers anys, han aparegut tota una sèrie de productes audiovisuals de caràcter informatiu per ser consumits a les xarxes socials, des del mòbil i mitjançant píndoles informatives. Aquí teniu algunes de les experiències periodístiques més innovadores en aquest sentit:

## AJ+

[www.ajplus.net](http://www.ajplus.net)

Aquest informatiu va sorgir del Grup d'Incubació i Innovació d'Al-Jazeera. Es va començar a emetre al setembre de 2014 i funciona a través de vídeos de temàtica social pensats per consumir des de les xarxes socials. Les seves peces poden durar entre dos minuts i mitja hora. A AJ+ són molt innovadors i constantment experimenten amb noves narratives i formats.

Tenen 800.000 subscriptors a YouTube, deu milions de seguidors a Facebook i més d'un milió a Twitter. AJ+ ha estat guardonat diferents cops, com el premi ONA d'excel·lència en periodisme en línia, dos Webby Awards com a millor canal de

EL CANAL DE VÍDEOS INFORMATIUS D'AL-JAZEERA TÉ DEU MILIONS DE SEGUIDORS A FACEBOOK I 800.000 SUBSCRIPTORS A YOUTUBE

notícies i un premi Shorty per la presència a Facebook. També ha rebut tres Emmys en diferents categories.

## ZIB100

[www.orf.at/stories/zib100](http://www.orf.at/stories/zib100)

“Les notícies del dia amb 100 segons” diuen al web de ZIB100, el butlletí de notíci-

es de vídeo de la cadena pública austríaca ORF que va començar a funcionar l'abril de 2016. A les 18h, quan els ciutadans d'aquest país surten de la feina, ofereix dues píndoles informatives –en format de vídeo vertical, ideal per veure des del telèfon mòbil– en les quals resumeixen les principals notícies del dia. Píndoles que s'envien a través de Facebook i WhatsApp. En quatre anys de funcionament, ZIB100 ha aconseguit 90.000 subscriptors.

## STAY TUNED

[www.youtube.com/c/StayTunedNBC](http://www.youtube.com/c/StayTunedNBC)

Creat al juliol del 2017 per la cadena nord-americana NBC News, es tracta d'un informatiu per consumir des del mòbil.

Inicialment, va ser pensat per Snapchat, en canvi, ara també es distribueix a través d'Instagram, TikTok i YouTube. Cada noticiari es retrans-

met dos cops al dia i dura entre dos i tres minuts. El presenten periodistes menors de trenta anys i els temes són variats.

Un 75% dels usuaris d'aquest informatiu són menors de vint-i-cinc anys. “Els no miren la televisió en el sentit tradicional i lineal”, va dir, durant la presentació de l'informatiu, Nick Ascheim, de la NBC

News, sobre el públic del programa. Actualment té una mitjana de trenta-cinc milions d'espectadors únics.

## MOOD Z

🌐 [www.ccma.cat/tv3/mood-z](http://www.ccma.cat/tv3/mood-z)

A Catalunya, la gent coneix l'experiència exitosa de l'*InfoK*, que ja fa anys que acostia l'actualitat als més joves. Ara bé, des

## TV3 HA ESTRENAT *MOOD Z*, ELABORAT PER PERIODISTES I INFLUENCIADORS QUE ES POT VEURE A INSTAGRAM, TWITTER, TIKTOK I YOUTUBE

del 12 d'octubre, TV3 ha reforçat l'aposta per arribar a les noves audiències amb

*Mood Z*, un espai destinat als joves que es distribueix per a les plataformes i les xarxes socials, tot i que també es pot veure al tv3alacarta. Elaborat per un equip de periodistes i influenciadors, s'articula a través de píndoles de vídeo a Instagram, Twitter i TikTok.

A més, a YouTube, es publica un vídeo amb la història principal del dia, així com un resum amb el millor de la setmana. “Volem potenciar les xarxes i el punt de vista d'aquesta generació que ha nascut amb un mòbil a la mà”, va afirmar el director, Marc Gabernet, durant la presentació de *Mood z*, una

producció de la televisió pública catalana amb La Bombilla Media.

## VICE NEWS TONIGHT

🌐 [www.vice.com/en/topic/vice-news-tonight](http://www.vice.com/en/topic/vice-news-tonight)

Aquest informatiu diari nord-americà, creat el 2016, es pot veure a HBO i a YouTube. Produït per Vice —empresa creada el 1994 com una revista juvenil i que, des de llavors, s'ha convertit en una productora de continguts multimèdia—, Vice News Tonight no té ni presentadors ni anunciants. Presentat com el primer informatiu creat pels mil·lennistes, “està dedicat als teleespectadors que tenen un escepticisme cada cop més gran contra els noticiaris”, van dir des de Vice en la seva estrena.



El programa *Mood Z*, de TV3, està format conjuntament per periodistes i influenciadors. Foto: Televisió de Catalunya

## UN CONTEXT IDEAL

Hi ha diferents factors que fan pensar que la manera actual que molts joves tenen d'informar-se anirà a més.

### Menys televisor, més YouTube

L'estudi *El rosco del consumo audiovisual*, de Barlovento Comunicació amb dades de Kantar i Comscore, i presentat al gener del 2020, mostra com els joves entre 18 i 34 anys són els que menys estona passen davant del televisor (61% del temps) i els que més són a YouTube (33%). La franja de 45 a 54 anys, per exemple, és un 88% del temps davant el televisor, el 12% a l'ordinador o el mòbil i només un 9% a YouTube.

### El context del 5g, ideal

Segons molts experts, la propera dècada, amb la progressiva implantació del 5G, serà la revolució del mòbil amb un augment del consum de continguts audiovisuals en aquests dispositius. L'arribada de la tecnologia 5G permetrà consumir tot tipus de vídeos d'alta qualitat sense que consumeixin un munt de dades, tal com passa ara, ja que amb el 5G l'ample de banda serà immens i més barat.

### Televisió i mòbils, integrats

Al gener de 2020, la important fira electrònica CES de Las Vegas va permetre conèixer les principals innovacions en l'àmbit de la televisió, com les pantalles giratòries que podran veure's en vertical per facilitar la visualització de continguts creats per a telèfons mòbils. Una interacció telèfon-mòbil que sembla ser que serà ben senzilla per l'usuari. D'altra banda, Samsung també va desvelar un acord amb YouTube perquè els seus televisors disposin de més contingut d'aquesta plataforma en 8K.



Savannah Sellers i Gadi Schwartz, dos dels creadors de Stay Tuned. Foto: NBC

## NOWTHISNEWS

🌐 [www.nowthisnews.com](http://www.nowthisnews.com)

Es tracta d'una app per a mòbils que explica les notícies en format vídeo i que

## NOWTHISNEWS ÉS, SEGONS BUSINESS INSIDER I DIGITAL TRENDS, UNA DE LES APP DE NOTÍCIES MÉS INTERESSANTS DEL MÓN

està orientada sobretot al públic jove. Creada el 2012 per Kenneth Lerer i Eric Hippeau, expresident i exCEO, respectivament, del *Huffington Post*, NowThisNews ofereix vídeos informatius per a xarxes socials. La trentena de periodistes que hi

treballen generen una cinquantena de peces diàries. Els vídeos —que poden durar entre quinze segons i dos minuts— no eviten temes que continguin anàlisis elaborades. Des de l'aparició, ha comptat amb una gran acceptació entre els ciutadans entre divuit i trenta-quatre anys, fins al que punt que Business Insider i Digital Trends van considerar-la una de les app de notícies més interessants. Ç

# MANUAL DE SUPERVIVÈNCIA PER A DONES PERIODISTES

Decàleg dels recursos més importants per a les professionals del sector

TEXT IRENE RIART  
IL·LUSTRACIÓ MARTA VILCHES



Les dones representen un 51% de la població, però la paritat en els espais mediàtics és un objectiu encara llunyà. Les professionals de la comunicació són presents en molts mitjans, formen part de les plantilles i de les seves històries però, tot i així, la bretxa de gènere encara segueix actualment molt present en la professió periodística.

Segons el Projecte de monitorització global de mitjans, de Who Makes The News, l'any 2015, les dones periodistes ja formaven part d'un 56% de les plantilles de les redaccions a nivell mundial. Per tant, tot apunta a una millora, si més no quantitativament parlant. El problema és que malgrat l'augment del nombre de treballadores, aquestes continuen sense tenir una presència igualitària als mitjans –ni com a testimonis, periodistes ni directives– i els discursos mediàtics segueixen reproduint els rols de gènere d'un sistema tradicionalment ocupat pels homes.

En aquest context, doncs, hem intentat compilar tota una sèrie de recursos que puguin ajudar a contribuir a l'empoderament de les dones periodistes, incloent-hi des de guies d'estil fins a beques o entitats professionals.

## INFORMACIÓ I CONTINGUTS

Més enllà de les seccions de feminisme dels mitjans tradicionals, cada cop sorgeixen més continguts periodístics que informen amb perspectiva de gènere.

### Onada feminista

Dins de l'àmbit català, un dels referents és *Onada Feminista*. Aquest mitjà transmèdia, nascut a la UAB, parla de l'actualitat des del feminisme i el seu efecte en les dones. Amb presència també a Ràdio 4 de RNE, els continguts d'*Onada Feminista* es poden consultar al web [www.onadafeminista.cat](http://www.onadafeminista.cat).

### Afrofeminas

A nivell estatal, també existeixen diversos mitjans que aborden la realitat des d'una mirada inclusiva i feminista. Un d'ells és

EL MANUAL DE GÈNERE I MITJANS, IMPULSAT PEL COL·LEGI DE PERIODISTES I EL CAC, ES TROBA AL PORTAL DE DONES DE LA GENERALITAT

*Afrofeminas*, una revista digital que tracta temes de feminisme interseccional i antirracisme per a dones castellanoparlants, tant a Europa com a Amèrica. Es pot veure el seu web a [www.afrofeminas.com](http://www.afrofeminas.com).

### La Pikara Magazine

En la mateixa línia, a nivell regional també existeixen mitjans digitals feministes a diferents comunitats autònomes de l'Estat. Per exemple, *La Pikara Magazine* al País Basc ([www.pikaramagazine.com](http://www.pikaramagazine.com)) o *La Poderío* a Andalusia ([www.lapoderio.com](http://www.lapoderio.com)).

## GUIES I RECURSOS

A l'hora d'elaborar notícies d'actualitat, cada cop hi ha més periodistes que busquen tractar la informació amb una mirada inclusiva i sensible en qüestions de gènere. En aquest sentit, a Catalunya, existeixen diversos manuals per a guiar les professionals i les comunicadores.

### Manual de gènere i mitjans

Per exemple, des del Col·legi de Periodistes i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), es va publicar el 2011 un *Manual de gènere i*

*mitjans de comunicació*, que inclou diverses eines per visibilitzar les dones als mitjans, des de com se les ha silenciats fins a l'anàlisi de diferents peces periodístiques. Es pot trobar el manual al portal de Dones de la



busca promoure una mirada crítica sobre els rols que les dones ocupen en el món mediàtic.

Generalitat ([www.dones.gencat.cat](http://www.dones.gencat.cat)), dins de la secció Mitjans de comunicació.

### Cercador d'expertes

En el mateix manual hi ha el cercador d'expertes, una eina de l'Institut Català de les Dones que pot ajudar els i les professionals de la informació a trobar més veus femenines com a fonts per a reportatges. A

## EL CERCADOR D'EXPERTES DE L'INSTITUT CATALÀ DE LES DONES PERMET TROBAR VEUS FEMENINES COM A FONTS PER A REPORTATGES

més, al portal de Dones de la Generalitat també es pot accedir a altres documents d'interès sobre com tractar als mitjans informacions sobre agressions sexuals o informes sobre publicitat i comunicació amb perspectiva de gènere.

### Mirada feminista

L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya també disposa de recursos sobre com enfocar notícies amb una mirada feminista, ja siguin qüestions de violència masclista o l'explotació sexual. Tot aquests documents són disponibles al web de l'associació ([www.adpc.cat](http://www.adpc.cat)), en la secció Eines.

### Observatori de les Dones en els Mitjans

Quant a l'abast local a Catalunya, també existeix l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació. Aquest organisme, impulsat per diversos ajuntaments,

## PREMIS

Una altra manera de visibilitzar el periodisme amb perspectiva de gènere és a través dels premis. A Catalunya, es proposen diversos guardons i se celebren diferents concursos entorn al periodisme que reconeix la feina de professionals de la comunicació en aquest àmbit.

### Premis Montserrat Roig

Alguns d'aquests són els Premis Montserrat Roig, que organitza l'Ajuntament

de Barcelona en record a la coneguda periodista. Els guardons, que no només es limiten a qüestions de gènere, premien tot tipus de formats periodístics –des de ràdio fins a fotoreportatges– en diferents categories i amb 8.000 euros de premi. Tota la informació sobre els premis la trobareu a [www.barcelona.cat/premis-montserrat-roig](http://www.barcelona.cat/premis-montserrat-roig).

### Premis Mila i Margarita Rivièrè

A Lleida, també existeix el Premi Mila de Periodisme per la Igualtat de Gènere ([www.feminismes.paeria.cat](http://www.feminismes.paeria.cat)), convocat per

## A NIVELL INTERNACIONAL, HI HA PREMIS PER A DONES IMPULSATS PER L'AGÈNCIA MAGNUM O EL FESTIVAL VISA POUR L'IMAGE, ENTRE ALTRES

l'Ajuntament de Lleida i la Demarcació deponent del Col·legi de Periodistes. Altra-

ment, l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya ([www.adpc.cat](http://www.adpc.cat)) també celebra anualment els Premis de Comunicació No Sexista i el Premi Margarita Rivièrè al rigor periodístic amb visió de gènere.

### Premi contra la violència de gènere

Pel que fa a Espanya, també hi ha diferents premis en matèria de periodisme feminista. Un dels més destacats és el premi de Periodisme contra la Violència de Gènere, convocat per la Fundació Aliados para la integraci3n, que premia cada any els treballs periodístics que contribueixen a l'erradicaci3n d'aquesta xacra social. Podeu trobar les bases del concurs a [www.aliadosporlaintegracion.com](http://www.aliadosporlaintegracion.com).

### Premis Injuve

D'una manera similar, el Govern espanyol convoca també anualment els premis Injuve de periodisme i comunicaci3n ([www.injuve.es](http://www.injuve.es)), que reconeixen la tasca feta per la defensa de valors cívics i la igualtat. Els premis abasten moltes categories diferents, tant de periodisme com de fotoperiodisme, i atorguen als guanyadors una dotaci3n econ3mica de 5.000 euros.

## AJUTS I FORMACIONS

Més enllà dels premis, també es convoquen ajudes i formacions per promoure el periodisme inclusiu i sensibilitzar en matèria de feminisme.

### Beca Elizabeth Neuffer

Sobre ajudes, la majoria de compensacions econ3miques es concedeixen en

forma de premis, però hi ha organitzacions internacionals com, per exemple,

la International Women's Media Foundation ([www.iwmf.org](http://www.iwmf.org)), que ha creat diversos programes de beques i mentories. Al seu web trobareu diversos programes d'ajudes, especialment la beca Elizabeth Neuffer.

### Màster de Gènere i Comunicaci3n

També existeixen formacions de gènere a Catalunya. La Universitat Aut3noma de Barcelona imparteix un màster propi de Gènere i Comunicaci3n, l'únic especialitzat en aquest àmbit. Tota la informaci3n està recollida a [www.uab.cat/web/postgrau/master-en-genere-i-comunicacio](http://www.uab.cat/web/postgrau/master-en-genere-i-comunicacio).

### Taller de La Marea i Oxfam

Fora de Catalunya, es pot trobar un taller de comunicaci3n i feminisme, creat pel mitjà La Marea i Oxfam Interm3n el 2017. Aquesta formaci3n sobre periodis-

## L'INTERNATIONAL WOMEN'S MEDIA FOUNDATION O LA XARXA GLOBAL DE PERIODISME D'INVESTIGACI3N OFEREIXEN RECURSOS, SUPORT I AJUTS

me contra la violència masclista es pot realitzar telemàticament. Podeu realitzar el taller al portal [www.informarsobreviolenciamasclista.com](http://www.informarsobreviolenciamasclista.com).

## FOTOPERIODISME

Una part de les professionals oblidades dins del sector de la comunicaci3n són les fotoperiodistes. En un món molt masculinitzat, cada vegada apareixen més premis i recursos per donar veu a dones fotògrafes, especialment a nivell internacional.

### Women Photograph

El 2017, es va fundar Women Photograph, una ONG internacional que busca donar

a conèixer veus femenines i no binàries dins del món de la fotografia. El seu web inclou una base de dades amb professionals de tot al món, formacions, notícies i recursos per a fotoperiodistes. Podeu consultar la seva pàgina web a [www.womenphotograph.com](http://www.womenphotograph.com).

### Premi Inge Morath

També existeixen alguns premis internacionals per a dones fotògrafes que busquen distingir la feina d'aquest col·lectiu, per exemple, el premi Inge Morath, organitzat per l'agència de fotografia Magnum Photo, disponible a [www.ingemorath.com/award](http://www.ingemorath.com/award).

### Premi Canon Female Photograph Grant

També existeixen la beca Canon Female Photograph Grant, atorgada pel prestigiós festival Visa pour l'Image de Perpinyà ([www.visapourlimage.com](http://www.visapourlimage.com)), el conegut certamen internacional

de fotoperiodisme que se celebra cada any en aquesta vila de la Catalunya Nord.

### Premi Anja Niedringhaus Courage

Finalment, també cal tenir en compte el premi Anja Niedringhaus Courage, creat per la International Women's Media Foundation ([www.iwmf.org](http://www.iwmf.org)) en honor a la coneguda fotoperiodista alemanya que l'any 2014 va morir assassinada a mans d'un policia afganès.

## ENTITATS I ASSOCIACIONS

Per acabar, moltes d'aquestes iniciatives i projectes són impulsats des de diverses agrupacions i associacions que lluiten

intensament pels temes de gènere. A Catalunya, existeixen nombroses entitats que defensen els interessos de les professionals del sector.

### Col·legi de Periodistes

El Col·legi de Periodistes, que fa molts anys que treballa els temes de gènere en la professió, compta amb el grup de treball Qüestions de gènere, que dona suport i col·labora en iniciatives que sorgeixen dels col·lectius i de les institucions que vetllen pels drets de les dones en l'àmbit periodístic, per la defensa de la llei d'igualtat i que tinguin com a referència la visibilitat de les dones en els mitjans de comunicaci3n.

### ADPC

Una de les seves entitats més conegudes és l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), citada prèvia-



ment. L'Associació, creada durant els anys noranta, organitza tot tipus de campanyes i accions en defensa d'una comunicació no sexista i per la igualtat en el món del periodisme. Al seu web, [www.adpc.cat](http://www.adpc.cat), podreu trobar tota l'activitat de l'entitat, les eines i els recursos d'utilitat.

### On són les dones

En els darrers anys, però, també han sorgit nous projectes que defensen les dones periodistes a Catalunya. Un exemple és #OnSónLesDones, una iniciativa que analitza con les dones són sistemàticament silenciades en el gènere d'opinió. Al seu portal, [www.onsonlesdones.cat](http://www.onsonlesdones.cat), es poden consultar els darrers informes i anàlisis publicats pel col·lectiu.

### AMECO

En l'àmbit estatal, una altra entitat que realitza tasques similars és l'Associació Espanyola de Dones Professionals dels Mitjans de Comunicació (AMECO). Des de l'AMECO, es treballa per aconseguir la paritat a les redaccions i millorar el tractament de les dones en els mitjans; per exemple, organitzant formacions, creant recursos d'utilitat i desenvolupant AMECO Press, la seva pròpia agència amb perspectiva de gènere.

### International Women's Media Foundation

A nivell internacional, també existeixen associacions que treballen per la igualtat de gènere en els mitjans. Una d'aquestes és la International Women's Media Foundation ([www.iwmf.org](http://www.iwmf.org)), mencionada anteriorment, que proporciona tot tipus de recursos, suport contra l'assetjament laboral i beques per a la promoció de les dones periodistes.

### Xarxa global de periodistes d'investigació

El Global Investigative Journalism Network (GIJN) és la xarxa global de periodisme d'investigació. Al març del 2020, va publicar una guia destinada a dones periodistes on hi ha xarxes de suport, recursos específics o eines que permeten

saber què cal fer davant de problemes com l'assetjament en línia, la discriminació a la feina o la violència de gènere. També s'hi pot trobar un llistat d'organitzacions i d'iniciatives focalitzades en les professionals de la informació. El web, <https://gijn.org>, està en diversos idiomes, també en castellà.

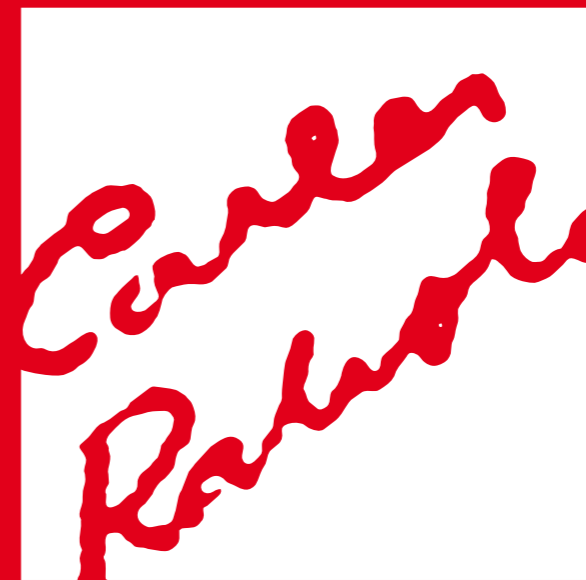
### Who Makes The News

Finalment, també hi ha *Who Makes The News* ([www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)). Aquesta darrera organització és un portal web que recopila dades i recursos sobre gènere i comunicació a nivell global, a més d'elaborar el Projecte de Monitorització Global de Mitjans, que fiscalitza la bretxa de gènere en el sector. **C**



Més informació a:

- [www.onadafeminista.cat](http://www.onadafeminista.cat) › Web d'Onada Feminista
- [www.afrofeminas.com](http://www.afrofeminas.com) › Web d'Afrofeminas
- [www.pikaramagazine.com](http://www.pikaramagazine.com) › Web de La Pikara Magazine
- [www.lapoderio.com](http://www.lapoderio.com) › Web de La Poderío
- [www.dones.gencat.cat](http://www.dones.gencat.cat) › Web de Dones de la Generalitat
- [www.adpc.cat](http://www.adpc.cat) › Web de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya
- [www.observatoridelesdones.org](http://www.observatoridelesdones.org) › Web de l'Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació
- [www.barcelona.cat/premis-montserrat-roig](http://www.barcelona.cat/premis-montserrat-roig) › Web dels premis Montserrat Roig
- [www.feminismes.paeria.cat](http://www.feminismes.paeria.cat) › Premi Mila de Periodisme per la Igualtat de Gènere
- <https://aliadosporlaintegracion.org> › Web de la Fundació Aliados por la integración
- [www.injuve.es](http://www.injuve.es) › Web de l'Institut de la Joventut
- [www.iwmf.org](http://www.iwmf.org) › Web de la International Women's Media Foundation
- [www.uab.cat/web/postgrau/master-en-genero-i-comunicacio](http://www.uab.cat/web/postgrau/master-en-genero-i-comunicacio) › Web del màster de Gènere i Comunicació de la UAB
- [www.informarsobreviolenciamachista.com](http://www.informarsobreviolenciamachista.com) › Taller de Comunicació i Gènere de La Marea i Oxfam
- [www.womenphotograph.com](http://www.womenphotograph.com) › Web de Women Photograph
- [www.ingemorath.com/award](http://www.ingemorath.com/award) › Web del premi Inge Morath de l'agència Magnum
- [www.visapourlimage.com](http://www.visapourlimage.com) › Festival Visa pour l'Image de Perpinyà
- [www.iwmf.org](http://www.iwmf.org) › Web de la Women's Media Foundation
- <http://www.onsonlesdones.cat> › Web d'OnSónLesDones
- <https://ameco.org.es> › Web de l'Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación
- [www.iwmf.org](http://www.iwmf.org) › Web de la International Women's Media Foundation
- <https://gijn.org> › Web del Global Investigative Journalism Network
- [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org) › Web de Who Makes The News



## VIII Beca dels Premis Carles Rahola

### Convocatòria

Beca dotada amb 3.000 euros per al millor projecte professional de recerca en l'àmbit de la història del periodisme a les comarques gironines.

**Presentació de sol·licituds fins a l'11 de gener de 2022**

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

Hi col·laboren



# UNA ICONA DEL PERIODISME CATALÀ

Es compleixen setanta-cinc anys del naixement i trenta de la mort de Montserrat Roig

TEXT LAURA SAULA  
FOTOS PILAR AYMERICH

**Montserrat Roig és un dels grans noms de la professió de casa nostra. En paral·lel a l'obra literària, va treballar en ràdio, televisió i premsa i va excel·lir en tots aquests àmbits. Va viure una època convulsa en la qual es va implicar políticament i social. El seu feminisme i el seu progressisme van impregnar una important producció periodística. Roig ens va deixar el 9 de novembre de 1991, amb quaranta-cinc anys, per culpa d'un càncer. Tres dècades després, en aquest article -premiat com a millor reportatge del segon trimestre del *Report.cat*, el setmanari del Col·legi de Periodistes- recordem la seva trajectòria professional.**



Retrat de la periodista i escriptora Montserrat Roig, fet el 5 de juliol de 1990, un any i mig abans de la seva mort.

“Era una persona molt justa que va portar el feminisme als mitjans en un moment en què això era bastant complicat”. Així recorda la fotògrafa Pilar Aymerich la seva amiga i companya de professió Montserrat Roig en un vídeo publicat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) amb motiu del 75è aniversari del naixement i el 30è de la mort de la periodista catalana. Dues dates que se celebren aquest 2021 i que ens recorden la importància de reivindicar i de llegir l'obra de persones que “han fet molt per tot el moviment feminista”, afegeix Aymerich.

Nascuda el 13 de juny de 1946 a Barcelona, sovint es coneix la trajectòria de

## ES VA INICIAR EN L'OFICI A FINAL DELS ANYS SEIXANTA I VA ACABAR TREBALLANT TANT EN PREMSA, RÀDIO COM EN TELEVISIÓ

Montserrat Roig per les novel·les i contes, que li van valdre premis com el Víctor Català per *Molta roba i poc sabó... i tan neta que la volen* (1971) o el Premi Sant Jordi de novel·la per *El temps de les cireres* (1976). En canvi, sovint no es parla tant de la faceta com a periodista. Un ofici que va iniciar a final dels anys seixanta a la revista *Serra d'Or*, on se la va premiar per un reportatge sobre les il·lusions de la seva generació i on les fotos eren de Pilar Aymerich. Una col·laboració entre periodista i fotògrafa que es va mantenir entre 1968 i 1991.

## ESPERIT INVESTIGADOR

No va ser fins al 1970 que a Montserrat Roig li va sorgir un dels projectes més ambiciosos: fer un llibre sobre els supervivents catalans dels camps de concentració. *Els catalans als camps nazis* (1977) va ser un intens treball d'investigació que, amb el

temps, es convertiria en un referent històric imprescindible. “És una mostra de com una periodista pot acabar completament absorbida pel tema que investiga”, explicava Aymerich en un reportatge sobre aquest llibre publicat a *Report.cat* el 2017.

I no només el valor periodístic i d'investigació va convertir aquest llibre en un referent com a assaig històric del país, sinó també per la gran tasca a l'hora de visibilitzar les dones catalanes que van morir als camps. “Les oblidades d'entre

els oblidats”, en deia Neus Català, una de les supervivents i un dels principals testimonis femenins del llibre. Segons Català, fins que Roig no la

va entrevistar, mai ningú s'havia preocupat per les dones que van patir i morir als camps de concentració nazis.

## MEMÒRIA HISTÒRICA

Mentre anava escrivint el llibre, Roig també va començar a treballar, el 1971, a *Tèle/eXprés*, on va deixar una seixantena d'articles a la secció *Los miércoles letras*

## LA INVESTIGACIÓ D'ELS CATALANS ALS CAMPS NAZIS VA SER ABSORBENT, PERÒ ES VA CONVERTIR EN UN REFERENT HISTÒRIC IMPRESCINDIBLE

i més tard, el 1975, també escrivia per a *Mundo Diario*, on es dedicava a descobrir al gran públic els personatges que havien tingut un paper important durant la República i la Guerra Civil, amb l'objectiu

de rescatar-ne la memòria històrica. És en aquest període que coincideix amb companys com Maria Aurèlia Capmany o Terenci Moix.

“La Montse no només va ser una escriptora, va ser una periodista de profunditat, una periodista feminista i una periodista d'esquerres”, comentava fa tres anys el periodista d'investigació Antonio Rubio a la Cadena SER.

Amic de Roig, Rubio la reivindica com una pionera de la memòria històrica i del periodisme d'investigació. Durant els anys

setanta, Roig també va formar part de la redacció de revistes com *Arreu i Triunfo*, on escrivia articles de temàtiques diverses, però on sempre es

percebia la seva tendència d'esquerres i el seu pensament feminista. I no va ser fins al 1977 que va iniciar la trajectòria en el món televisiu de la mà de Joan Anton Benach a TVE amb *Personatges*.

## UN LLEGAT RIC I DIVERS

L'obra periodística de Montserrat Roig és divideix entre els assaigs –ja siguin investigacions en profunditat o recull d'articles– i els programes de televisió al circuit català de RTVE.



### ELS CATALANS ALS CAMPS NAZIS

Publicada originalment el 1977 i reeditada el 2017 per Edicions 62 amb motiu del seu quaranta aniversari, *Els catalans als camps nazis* és una de les obres cabdals de Montserrat Roig. En el llibre es descobreix la lluita heroica de mig centenar de testimonis de deportats republicans catalans que van resistir la degradació i la barbàrie dels camps de concentració nazis.

### L'AGULLA DAURADA

Guanyadora del Premi Nacional de Literatura Catalana el 1986, *L'Agulla daurada* és un retrat dels testimonis que van viure el setge de Leningrad durant l'ocupació nazi. Per escriure'l, l'any 1980 Roig va viatjar fins a aquesta ciutat soviètica (actualment Sant Petersburg) convidada per Edicions Progrés de Moscou. Allà va fer entrevistes punyents a supervivents del setge i va conèixer, i descobrir, la ciutat i els habitants.

### DIGUES QUE M'ESTIMES ENCARA QUE SIGUI MENTIDA

Aquest llibre, escrit un any abans de la mort de Roig i publicat a Edicions 62, és un recull d'articles i reflexions sobre l'ofici d'escriure, el vici de compartir la lectura, la mirada de la narradora femenina, a més d'una definició de les geografies literàries de les ciutats, elaborada a partir de l'evolució paral·lela de la dona i la ciutat de Barcelona al llarg de la història.

### UN PENSAMENT DE SAL, UN PESSIC DE PEBRE. DIETARI OBERT 1990-1991

Aquest recull d'articles que Roig va escriure entre el setembre de 1990 i el novembre de 1991 suposa tot un testimoni de la seva visió del món. Escrit fins dos dies abans de morir, hi trobem temàtiques tan diverses com la condició humana, el feminisme, el discurs contra el poder, la interrogació sobre el mal, la guerra, el fet d'escriure o l'ofici de periodista. Publicat per Edicions 62 i amb la col·laboració del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, és un testimoni glo-

bal d'una visió i d'una concepció del món en què destaca la qualitat literària i la profunditat.

### RETRATS PARAL·LELS. UNA ANTOLOGIA

En aquest recull, publicat per Edicions 62 el 2020, s'aplega una sèrie d'entrevistes que va fer a personalitats del món de la cultura dels setanta. Gent com Clementina Arderiu, Joan Brossa, Pere Calders, Miquel Martí i Pol, Josep Pla, Mercè Rodoreda, Llorenç Villalonga o Eugeni Xammar. Tota una selecció d'entrevistes que ha estat realitzada pels escriptors i periodistes Gemma Ruiz i Albert Forn, que també s'han encarregat d'escriure'n el pròleg.

### PERSONATGES

Entre setembre del 1977 i juliol del 1978 Roig va presentar el programa d'entrevistes *Personatges* a TVE-Catalunya en què va entrevistar a Joan Fuster, Maria Aurèlia Capmany, Antoni Tàpies o Neus Català, entre molts altres. Després de quaranta-nou programes, es va eliminar de la graella amb l'argument que ja no quedaven personatges per entrevistar. El motiu real era que Roig figurava en les llistes electorals del PSUC.

### CLAR I CATALÀ

Amb els canvis polítics, Roig va poder tornar a la televisió el 1981 amb un nou espai d'entrevistes (*Clar i català*.) Aquesta vegada el format ja era en color i ofería un cicle d'entrevistes als líders polítics parlamentaris catalans, començant per Josep Tarradellas en la primera entrevista i culminant amb Jordi Pujol. El programa li va merèixer el premi Òmnium Cultural.



### SENSE CONCESSIONS

Lírica i mordaç, compromesa i honesta. Va ser una de les estrelles de la Transició. En el context de la resistència antifranquista de final dels seixanta i primers setanta, Montserrat Roig va saber crear una veu pròpia en un moment en què l'esperit de col·lectivitat organitzava el pensament social i l'activitat política. Roig va fer sentir la seva veu crítica contra el patriarcat des del grup de Vindicació Feminista i amb un paper actiu en el PSUC fins i tot quan ja no hi militava, poc amiga de consignes, es va mantenir, des dels articles i entrevistes, fidel als principis de solidaritat i de denúncia de la injustícia social i dels crims contra la humanitat. Una línia que va mantenir a la dècada següent, atenta als fets que menaven cap a la implantació del neoliberalisme i dels seus desastres anunciats.

Les formes del poder sempre li van resultar sospitoses. Una capacitat lectora voraç, un intel·lecte extremament àgil i la plena consciència del que s'hi jugava en cadascuna de les seves aparicions, ja fos en premsa escrita o per televisió, expliquen l'esmolada precisió dels articles contestataris i les entrevistes a les quals podia dedicar entre dues o tres setmanes de feina. Insubornable, feia por al poder. Era difícil saber per on aniria malgrat que una cosa era ben certa: buscava sempre la veritat sense concessions.

#### Betsabé Garcia

Filòloga i escriptora. Autora del llibre *Amb uns altres ulls* (Roca Editorial), biografia de Montserrat Roig



Roig, el 1977, durant una entrevista a Paco Candel a casa de l'escriptor

Aquest programa, on va entrevistar a personalitats com Antoni Tàpies, Pau Vila, Joan Fuster o Marta Mata, entre molts altres, li donaria una gran popularitat. Sobretot perquè feia entrevistes en

Mentrestant, seguia col·laborant a la revista *L'Avenç* i a *El Periódico*, on va tenir una secció fixa i va arribar a viatjar a indrets com l'antiga URSS. Una estada que va culminar amb la publicació de *L'Agulla daurada*, un llibre que va escriure després de parlar amb els supervivents del setge de Leningrad durant la Segona Guerra Mundial. I ho va

### EN EL PROGRAMA PERSONATGES, AL CIRCUIT CATALÀ DE TVE, VA PODER MOSTRAR LA SEVA SENSIBILITAT EN L'ART DE L'ENTREVISTA

profunditat en què aconseguia que els entrevistats se sentissin còmodes i relaxats a l'hora de parlar.

### POLÍTICA CATALANA I INTERNACIONAL

“Si bé era una autèntica periodista que va practicar el periodisme total en premsa, ràdio i televisió, Roig va portar compromís social i polític, feminitat, feminisme, qualitat literària, investigació i una especial sensibilitat al gènere de l'entrevista”, afirmava Joaquim Roglan en un reportatge publicat a *CAPÇALERA* el 2016. Un gènere amb el qual se sentia còmoda i que va seguir practicant el 1981 al programa de RTVE *Clar i català*, en què va entrevistar a polítics com Josep Tarradellas o Jordi Pujol.

fer en un treball que és a mig camí entre l'assaig i el testimoni personal amb un estil i plantejament semblant als llibres que, trenta anys més tard, li donaren el premi Nobel a la periodista Svetlana Aleksíevitx.

Les últimes col·laboracions les va fer al diari *Avui*, on el 9 de novembre de 1991 es va publicar el seu últim article: “Un músic traïdor”. Un dia després, Roig deixava aquest món a l'edat de quaranta-cinc anys, víctima d'un càncer de mama. Una trajectòria curta i intensa, però plena de mèrits, que ens deixa amb una pregunta: què se n'hauria fet avui, si encara fos viva? Ç





Diferents assistents al congrés del Mobile de l'any 2014. Foto: Rosmi Duaso / Alamy

# ATRAPATS EN L'ALGORITME

Perills, costos i avantatges del control de les nostres dades

TEXT NICK COULDRY

**La comunicació actual de milers de milions de persones del planeta funciona gràcies a algorismes que cada cop saben més coses de nosaltres. Per això, la comprensió de les dinàmiques digitals és una habilitat que necessitem dominar. Així ho destaca Nick Couldry –catedràtic de Mitjans, Comunicació i Teoria Social a la London School of Economics– al llibre *Els mitjans. Per què són importants* (Saldonar), en què l'expert reflexiona sobre les implicacions d'aquests sistemes informàtics que recopilen multitud de dades sobre les nostres vides. A continuació, reproduïm un extracte del llibre.**

La paraula *algoritme* té un origen ben curiós. Deriva del nom del matemàtic àrab del segle IX Muhàmmad ibn Mussa al-Khwarazmí. En el món de la computació a gran escala, el terme *algoritme* fa referència a qualsevol mecanisme automatitzat per comptar, realitzar càlculs i processar dades de manera repetitiva. Avui en dia, gairebé totes les interfícies a través de les quals ens relacionem amb els mitjans en depenen, des de les pàgines de venda d'entrades fins a les plataformes de xarxes socials. Potser sorprendrà algú afirmar que aquests processos aparentment tan humils en realitat serveixen per reimaginar la societat. Però és que l'acadèmica noruega Taina Bucher fins i tot ha arribat a dir que vivim en l'època de "l'imaginari algorítmic". Com veurem, això és una lectura plausible del poder dels algorismes en les societats contemporànies.

Gran part del nostre temps de descans i de socialització el passem en plataformes digitals: xarxes socials com WhatsApp i WeChat, jocs en línia... També dediquem bona part del nostre temps de treball a les interfícies de programes que, d'una manera o altra, controlen el que fem. I un percentatge cada vegada més elevat de les nostres transaccions com a consumidors les realitzem en línia, mitjançant targetes de crèdit i altres formes de pagament electrònic. En tots tres casos, es fa un seguiment de les nostres activitats en línia.

Rere totes aquestes formes de monitoratge hi ha ordinadors. I els ordinadors no poden monitorar res sense comptar i processar unitats d'informació. Així, els algorismes són procediments automatitzats basats en programes informàtics per comptar i processar dades. Quan accedim a la Xarxa amb un dispositiu informàtic, es recopilen dades sobre el que fem en aquest dispositiu, i en aquest procés es compten molts elements i es comparen amb una sèrie d'expectatives predeterminades. Les dades resultants poden ajudar els nostres dispositius a funcionar correctament, però també tenen un valor econòmic potencial, ja

que poden resultar útils per a les pàgines que visitem i es poden vendre a tercers, especialment si es combinen amb altres dades recopilades sobre nosaltres. Aquest processament de dades és bàsic per al funcionament dels mitjans, i moltes veus afirmen que també per a les operacions del capitalisme contemporani.

## REIMAGINAR LES NOSTRES VIDES

Ara bé, què té a veure el processament automatitzat de dades amb el rol dels mitjans en l'exercici d'imaginar la societat? La resposta és que el seguiment i el processament s'estan convertint en el bitllet per a noves concepcions del món social. I aquestes concepcions no són necessàriament més riques que les de les indústries mediàtiques tradicionals, però sens dubte són més útils per a diversos interessos comercials i governamentals. Els seus resultats, en forma de prediccions sobre com ens comportarem i sobre la millor manera de mercantilitzar-nos, estan cada vegada més incrustats en la vida quotidiana, i reimaginem les nostres vides i les nostres decisions més probables. Com està passant, això?

Els serveis com ara Facebook són l'exemple més proper i contundent d'una tendència encara més gran cap a la reorganització de la vida en societat a través de plataformes informàtiques. Hi ha

## DEDIQUEM GRAN PART DEL TEMPS DE DESCANS, DE SOCIALITZACIÓ I DE TREBALL A LES INTERFÍCIES DE PROGRAMES QUE CONTROLLEN EL QUE FEM

dos tipus de plataformes bàsiques: les que utilitzem per fer-hi coses molt específiques, com ara vendre o comprar a eBay, i les que visitem per passar-hi l'estona i entretenir-nos, per exemple per compartir fotos amb la família o els amics mentre deambulem per una ciutat estrangera.

Però fins i tot les plataformes del segon tipus, més obertes, limiten el que podem

fer, perquè es basen en les operacions d'un programari que permet als ordinadors interactuar d'una manera particular i no d'una altra. Per tant, no podem llegir un llibre a Facebook, tot i que podríem publicar-hi un vídeo de nosaltres mateixos llegint –encara que no seria un vídeo gaire interessant, probablement.

El que mou la majoria de plataformes és l'extracció de dades sobre nosaltres, els usuaris, que podrien tenir un valor comercial potencial. Aquestes dades només adquireixen valor quan, gràcies a una enorme capacitat de càlcul, es poden processar a gran escala, de manera que se'n puguin extreure patrons que, per exemple, distingeixen un usuari de Facebook d'un altre, o que distingeixen aquells a qui el primer està connectat dels que estan connectats amb el segon. Vegem com funciona tot això amb una mica més de detall.

## PLATAFORMES QUE ENS MONITOREN

La raó de ser dels programes algorítmics és trobar diferències per establir patrons de diferència. Aquests patrons de diferència són valuosos perquè, per exemple, permeten als departaments de màrqueting orientar els seus missatges amb més precisió, el que s'anomena *personalització* en l'argot de la indústria. Però el canvi abasta molt més. S'està desenvolupant un nou llenguatge de descripció social.

No parlo de les històries sobre el món social que ens expliquem els uns

als altres amb les nostres pròpies paraules, sinó més aviat de tot allò que els ordinadors de les empreses poden comptar i dels patrons que sorgeixen del processament d'aquests nombres. Perquè això passi, cal dividir el món en parcel·les que es puguin comptabilitzar: connexions de xarxa, nombre d'amics, quantitat de repulades, les vegades que s'ha realitzat una transacció o que s'han introduït unes dades...

## ROLS I DINÀMIQUES

Al llarg de les 152 pàgines d'*Els mitjans. Per què són importants* (Saldonar), Nick Couldry argumenta la importància dels rols essencials dels mitjans: comunicar, representar, imaginar, compartir i governar. Couldry, sociòleg de mitjans i cultura, és catedràtic de Mitjans, Comunicació i Teoria Social a la London School of Economics i ha estat professor visitant al MIT i a la Universitat de Tecnologia de Sydney, entre altres. També ha estat investigador visitant al Microsoft Research Lab i professor del Centre Berkman Klein per Internet i la Societat de Harvard. *Els mitjans. Per què són importants* –amb traducció d'Octavi Gil Pujol– és el seu catorzè llibre.



Amb tot, l'escala de la recopilació de dades i la importància dels beneficis que això genera són de tal magnitud que podem anar més enllà i afirmar que el mateix món social s'està reimaginant a través de les dades. N'hi ha de tots els tipus, mides i colors, però una forma destacable són les que es generen amb el monitoratge del temps que passem a les plataformes en línia que precisament ens animen a concedir més informació per comptabilitzar als algoritmes.

Per descomptat, també es deriven conseqüències positives dels algoritmes. Les plataformes estructurades algorítmicament com Facebook i Twitter ens ofereixen la possibilitat d'actuar a gran escala, quan vulguem i des d'on vulguem. Actualment, sovint arribem a conèixer els moviments socials pel *hashtag* de Twitter que els permet confluïr al voltant d'un enfocament comú: #Indignats, #Occupy, #BlackLivesMatter, #MeToo... No és cap exageració afirmar que, gràcies a la seva coordinació algorítmica, les plataformes ens han ajudat a expandir la nostra imaginació sobre quins tipus d'acció social i cívica tenim a l'abast.

## VIGILÀNCIA INTENSA

Però, és clar, el funcionament dels algoritmes també implica una sèrie de costos, igual que el control continu de les perso-

nes de què depèn. Estirant més el fil dels moviments socials, la mobilització a través de plataformes el negoci de les quals és monitorar persones, com Facebook o Weibo, els exposa a una vigilància més intensa per part dels seus governs o d'altres forces. Els perills d'actuar a la vista de tot-hom constitueixen un risc crucial que els activistes han d'assumir. Hi ha molts casos en què aquest equilibri de poder ha acabat caient pel costat de les autoritats polítiques. El moviment mexicà #yosoy132 n'és un exemple. Aquest moviment va néixer el 2012 com una protesta, amb un toc d'humor però totalment seriosa, contra un ministre del govern que s'havia burlat de la reduïda dimensió d'una

## LES PLATAFORMES I ELS SEUS ALGORITMES ENS PERMETEN ACTUAR A GRAN ESCALA. CONEIXEM ELS MOVIMENTS SOCIALS PEL HASHTAG DE TWITTER

manifestació en contra seu. El significat de l'etiqueta, doncs, significa "jo soc el número 132", és a dir, el membre següent que s'uneix a la manifestació. El *hashtag* es va estendre com la pólvora i va generar un desafiament efectiu per al ministre. Però també va acabar infiltrat per un espia del govern, que va crear la pàgina web del moviment com un mitjà per recopilar informació sobre els seus membres en benefici de la institució que el manava.

A llarg termini, les plataformes basades en algoritmes augmentaran les oportunitats polítiques dels moviments socials o les socavaran? No ho podem saber segur, però sembla versemblant que els principals avantatges de la recopilació contínua de dades sobre les nostres activitats en línia tendeixin a caure en mans dels grans poders: els governs, que poden negociar un accés predilecte al vast mar de dades que posseeixen les plataformes, però també als noms més importants del sistema mediàtic –Google o Facebook a Occident; Alibaba i Tencent a la Xina–, que, amb el seguiment continu dels nostres moviments i amb les dades que se'n desprenen, obtenen uns actius de vigilància implacables.

Aquests actius tenen un valor real, i, com els ciutadans estan veient cada vegada més, dia rere dia guanyen importància en

la manera com es condueixen els negocis avui en dia.

## RECOPILACIÓ DE DADES

Què significa tot això? Normalment, la vida social quotidiana no és el tipus d'activitat que impliqui assumir cap mena de riscos. Passar una estona amb les amistats i els familiars no ha de ser res més que això: una activitat relaxada, sense gaires con-



Els ciutadans cada cop estem més exposats a la monitorització de les nostres vides. Foto: Loic Furhoff / Unsplash

seqüències, o cap, en un moment en què podem regenerar la ment i el cos abans de tornar a la feina.

Però les coses no són tan senzilles. Passar estona a Facebook no és tan sols passar estona: quan utilitzem una plataforma

## FACEBOOK NO NOMÉS ES PREOCUPA DE RECOPILAR DADES, SINÓ D'ESTIMULAR LES INTERACCIONS AMB LA PLATAFORMA PER GENERAR MÉS DADES

digital, hem d'acceptar els seus "termes i condicions", i hem de mantenir-nos dins de l'entorn creat per aquesta plataforma per assolir els seus objectius comercials. Això habitualment significa permetre que es generin dades sobre nosaltres.

Una plataforma social com Facebook té un abast colossal: gairebé dos mil tres-cents milions d'usuaris a tot el món. I no només es preocupa de recopilar dades sobre nosaltres, sinó d'estimular les nostres interaccions amb la plataforma per generar més dades sobre nosaltres mateixos i sobre els altres. Els seus algoritmes no només monitoren el que fem i amb qui connectem, sinó que també segueixen el

que els nostres amics publiquen a la plataforma per determinar què és més probable que generi més interaccions.

Facebook no és l'únic que s'interessa per les nostres dades. Les dades tenen un valor

considerable per a tercers actors, ja que proporcionen informació gairebé íntima sobre la gent amb qui ens connectem i sobre les condicions en què ho fem. Durant anys, Facebook va animar activament altres empreses a accedir a aquestes dades a través de la seva interfície de programació d'aplicacions o API –per les sigles en anglès. Va ser aquest l'aspecte del seu negoci que Facebook va haver d'ajustar en resposta a l'escàndol de Cambridge Analytica el març del 2018.

Us heu adonat de com de sovint se'ns demana que accedim a altres serveis mitjançant el compte de Facebook? Així és com Facebook ajuda la indústria del màrqueting a agrupar les dades que ells mateixos poden tenir sobre nosaltres, extretes del nostre comportament a Inter-



La proliferació dels telèfons mòbils ha multiplicat la recollida de dades per part de les multinacionals. Foto: Tim Mossholder / Unsplash

net, juntament amb les de Facebook, de manera que generen patrons cada vegada més interessants sobre nosaltres i les nostres connexions.

## PUBLICITAT PERSONALITZADA

La idea d'un imaginari algorítmic, ja introduïda anteriorment, comença a prendre forma: una manera d'imaginar-nos a nosaltres mateixos i el nostre potencial per generar ingressos per a les empreses. Aquest imaginari és essencial per fer negoci en el capitalisme contemporani. Un dels aspectes que ha impulsat aquesta tendència és la reorganització completa del màrqueting i la publicitat els darrers anys. Durant la major part del segle XX, la publicitat estava limitada al màrqueting massiu: un panell publicitari al carrer per atreure la mirada dels vianants; un anunci a la televisió o a la premsa perquè, amb sort, alguns espectadors o lectors se'l llegissin; un anunci penjat a Internet amb l'esperança que algun usuari hi fes clic...

En canvi, ara els anuncis es poden dirigir amb molta precisió cap a nosaltres, en el moment adequat, en base a les dades recollides prèviament sobre nosaltres o sobre persones d'un perfil similar. Imaginant-nos de manera diferent, els publicistes poden trobar-nos amb més precisió.

I més d'un respondrà que, tot i així, molts dels anuncis que ens arriben encara sembla que no l'acabin d'encertar. Però la pu-

## HI HA NOUS DISPOSITIUS, COM ELS ASSISTENTS PERSONALS, QUE EXTREUEN ENCARA MÉS DADES SENSE QUE CALGUI CAP APARELL A LES MANS

blicitat personalitzada només és una part d'una transformació molt més àmplia. Estan apareixent nombrosos dispositius que extreuen encara més dades sobre la vida quotidiana de les persones, fins i tot encara que no tinguin cap aparell a les mans. És el cas dels assistents personals digitals com

l'Echo d'Amazon, les habilitats del qual n'augmentaran la rendibilitat a llarg termini, o almenys això és el que espera la companyia. Que com? Doncs recopilant fluxos continus de dades sobre el que fem i el que volem a cada moment, i atenent les nostres necessitats sense límits. O pensem en els dispositius portàtils que recopilen dades sobre nosaltres, la nostra salut i la nostra forma física mentre entrenem, caminem o simplement dormim.

Alguns publicistes esperen que xips electrònics incrustats sota la pell realitzin funcions similars d'aquí a poc temps.

Aquestes tendències són particularment importants en el màrqueting minorista, en què la competència per l'atenció dels consumidors és intensíssima. Les dades recollides a través dels mòbils poden ajudar els publicistes a dirigir ofertes minuciosament ponderades directament a la

nostra pantalla tan bon punt ens apropem a una botiga on el producte en qüestió està a la venda. I, si no tenim cura de desactivar les funcions pertinents al telèfon, les reaccions que tinguem a la botiga respecte d'aquesta oferta i de qualsevol altra cosa també es podran afegir a les dades recopilades. Gràcies a la informació GPS que generen els telèfons i els productes que tenim a prop, el nostre dispositiu podrà comptabilitzar el temps que passem a prop d'un producte. Fins i tot la càmera i el micròfon del mòbil poden obtenir més informació sobre la nostra reacció al producte, cosa que també serà útil per als departaments de màrqueting.

## UNA PERSPECTIVA CORPORATIVA

Molts analistes estan preocupats per les noves formes de gestió social indirecta que estan sorgint d'aquesta realitat basada en les dades. Hi ha dos tipus de problemàtiques. La primera és que cada vegada és més habitual que les empreses demanin, o exigeixin, permís per monitorar la nostra vida quotidiana. Moltes asseguradores, per exemple, suggereixen que ens instal·lem un dispositiu de seguiment al cotxe a canvi d'una sèrie de bonificacions, de manera que un registre dels nostres desplaçaments es transmeti a temps real als seus servidors perquè puguin tenir-los en compte de cara a fer una valoració del nostre índex de risc.

La segona rau en el tipus de criteris que aquesta vigilància corporativa legítima. De vegades, una empresa d'anàlisi de da-

## ALGUNS PUBLICISTES ESPEREN QUE XIPS ELECTRÒNICS INCRUSTATS SOTA LA PELL REALITZIN FUNCIONS SIMILARS D'AQUÍ A POC TEMPS

des no actua per si mateixa, sinó que està contractada per una branca del govern determinada, com un ajuntament, per exemple. La manca de finançament que pateixen els ajuntaments a la majoria de països suposa un incentiu evident

per substituir la valoració humana de primera mà sobre la munió de casos que tenen sobre la taula pel que s'anomena anàlisi predictiva. Fa poc, al Regne Unit vam descobrir que aquest era el cas en la presa de decisions d'alguns departaments dels serveis socials sobre si els nens s'havien de classificar o no en estat "de risc" o les famílies com a "problemàtiques"; les dades elaborades i processades pels seus algoritmes poden incloure des de l'assistència a l'escola fins al pagament endarrerit del lloguer.

No obstant això, és crucial recordar que aquests algoritmes corporatius no són més que actes d'imaginació, en realitat. No tenim espai per entrar en detalls tècnics, però permeteu-me que intenti arribar al nucli del problema. Com hem vist, els algoritmes funcionen comptant, i només poden fer-ho així. La qüestió, per tant,

## CADA VEGADA ÉS MÉS HABITUAL QUE LES EMPRESES DEMANIN, O EXIGEIXIN, PERMÍS PER MONITORAR LA NOSTRA VIDA QUOTIDIANA

és què compten. Això és tan vàlid per als algoritmes més senzills com per als que estan dissenyats per predir què passarà en una circumstància perfectament definida, com ara si seré més fidel a un proveïdor si se m'ofereix un descompte. El món real és caòtic, impossible d'ordenar amb precisió en unitats comptabilitzables, i al mateix temps el món futur encara no està a la nostra disponibilitat per comptar-hi

res, així que tot el que ens queda és fer-ne un model. El mecanisme dels programes algorítmics, per tant, consisteix a construir servidors

intermediaris o *proxies*: escenaris factibles que substitueixen les característiques més caòtiques del món real al passat o el futur.

Imaginem que una empresa vol calcular a qui ha d'aprovar un préstec i a qui no.

Avui en dia, és fàcil que disposi d'un ampli ventall de dades per prendre aquesta decisió, incloses dades comprades a altres empreses. Per gestionar-les, voldrà desenvolupar una regla empírica —o *proxy*— que pugui indicar de manera fiable, a partir dels patrons d'aquesta massa de dades, si un individu és o no és el tipus de persona que presenta més probabilitats de retornar un préstec. I, és clar, aquesta regla general ha de sortir d'algun lloc. Es genera a partir d'un enorme càlcul computacional per establir què ha ocorregut en el passat amb altres subjectes que van retornar o no els seus préstecs. Amb una infinitat de seqüències informàtiques repetides, es pretén trobar patrons de dades que van acompanyar determinats resultats reals: x va pagar, i y, no. Quan s'aïlla aquest patró, el seu contingut esdevé la regla empírica o el *proxy* que s'utilitzarà per predir els esdeveniments futurs.

I si les dades estan distorsionades perquè s'han extret d'un conjunt de dades extret d'una part determinada de la

població? El resultat final, com han alertat diversos acadèmics del camp, té molts números per traduir-se en discriminacions reals contra persones reals.

Rere el teló de les empreses que utilitzen el poder dels algoritmes, el món s'està configurant de manera diferent. Quan processen els bits que formen el món de maneres radicalment noves, les empreses estan creant nous punts de partida per a les seves accions al món: noves dades, noves metes, nous objectius, noves definicions de l'èxit. Com a resultat, és possible que persones de carn i ossos no rebin un préstec, l'accés a una prestació social o a una plaça per al seu fill en un programa educatiu. El que preocupa els crítics d'aquests processos és l'opacitat, i com n'estan d'amagats, de l'ull públic. Com més amagats estiguin, més probable serà que surtin a la superfície noves injustícies i desigualtats. Ç

*El fenomen dels podcasts*



# EL TREN QUE NINGÚ NO VOL PERDRE

Els podcasts s'han convertit en un fenomen mundial que no para de créixer

En poc menys de vint anys, els podcasts han anat agafant volada fins a convertir-se en un producte que, actualment, consumeixen milions de persones a tot el món. La combinació d'un programa de qualitat amb el fet que l'oient el pot escoltar quan vol ha provocat un augment considerable d'aquest fenomen. Ara bé, un podcast és alguna cosa més que un programa de ràdio que es pot escoltar en qualsevol moment. És una altra cosa. I els mitjans de comunicació, que cada cop aposten més per aquest format, sembla ser que ja ho han entès.



ALBERTO GÓMEZ

Auditori de la Casa Seat de Barcelona. Dilluns, sis de la tarda. Tot preparat. Micros, equip de gravació, cadires, públic assegut i en silenci... i tot comença. Un nou podcast a punt d'enregistrar-se. En directe i davant de moltes persones a les quals els apassiona el món del podcast. Una onada que no para de créixer.

Per això, els primers podcasts que va gravar Nacho Mühlberg, en aquest cas a The Sound Studio a la capital catalana, també van tenir un gran èxit de públic. Moltes persones que un dissabte a les quatre de la tarda prefereixen col·locar-se a prop de la taula on ell dialoga i enregistra el seu entrevistat en comptes de fer una migdiada. El poder d'atracció del podcast.

Els secrets dels podcasts són part de l'èxit d'un format que va néixer el 2004 i que ara ja es tradueix en uns dos milions de creacions a escala mundial. Hi ha diferents teories sobre el seu origen, diferents llistes dels podcasts més escoltats i diferents elucubracions sobre quin serà el seu futur, si bé en el que la majoria d'experts coincideixen és en el fet que no

és el mateix fer ràdio que fer un podcast (encara que comparteixin la mateixa base, el llenguatge acústic). Que el consum aquí no para d'augmentar i per això empreses

ÉS UN FORMAT QUE VA NÉIXER EL 2004 I QUE, ACTUALMENT, ES TRADUEIX EN UNS DOS MILIONS DE CREACIONS A ESCALA MUNDIAL

de diferents àmbits no volen perdre el tren d'aquest creixement (plataformes, cadenes de ràdio, etcètera). Que als Estats Units ens porten un enorme avantatge. I que la qualitat de la producció, del muntatge i una encertada selecció de veus potser no sempre ha de ser sinònim d'èxit pel que fa a l'audiència, però no deixarà de ser un producte ben elaborat. Un podcast en tota regla.

## APOSTA D'ÈXIT

Un dels periodistes que va decidir explorar aquest camí és el periodista Oriol Llop. Actualment, elabora el podcast per a RAC1 que porta per nom *Emprenedors* i té molt

clar que “en el món d'Internet, a l'hora de consumir, els continguts radiofònics s'escolten com un vol, quan un vol i durant l'estona que un vol. És l'oient qui marca el ritme, no la ràdio qui marca l'hora i els continguts”. “Si a això -afegeix Llop- li sumes que el mòbil s'ha convertit en

una extensió del nostre cos, és més que normal que hagi explotat el món podcast”.

“Ens trobem en un període apassionant”, destaca Chelo Sánchez, periodista i estudiosa de la ràdio. Per a aquesta professora, que des de fa vint-i-cinc anys fa docència a la Universitat Pontificia de Salamanca, els grans fitxatges que últimament s'estan produint a la factoria podcaster (Alex Fidalgo el més recent), els actors reconeguts que “presten” les seves veus o l'aterratge de Podimo o Audible a Espanya delata que sí que s'ha instaurat una cultura. I el que és més important, una indústria.

## RADIOGRAFIA D'UN FORMAT A L'ALÇA

Els resultats de la tercera edició de l'EncuestaPod sobre el consum d'àudio de parla hispana –amb més de tres mil persones enquestades, tots oients actius de podcasts, a Espanya, Mèxic, Colòmbia, Argentina, entre altres països– que es van donar a conèixer, el passat 8 juliol, mostren una sèrie de conclusions que confirmen l'explosió d'aquest format. Aquestes en són algunes:



### AUGMENT CONSTANT D'OIENTS

Un **40%** dels enquestats admet que ha començat a escoltar podcasts en els darrers dos anys i mig, cosa que demostra l'explosió d'aquest format d'àudio, que no para de sumar nous oients.



### MILLOR ALS MÒBILS I A LES TAULETES

Es manté la preferència –ja assenyalada en les anteriors enquestes– dels dispositius mòbils per escoltar els programes, amb un **82,9%** dels enquestats que admeten que l'opció preferida és escoltar-los als mòbils i a les tauletes.



### IVOOX GUANYA A SPOTIFY

A diferència de la resta de països, on Spotify és, amb un **75,3%**, la plataforma més utilitzada a l'hora d'escoltar àudios –i YouTube la segona amb un **24,9%**–, a Espanya, en canvi, un **70,1%** dels enquestats opten clarament per l'espanyola **Ivoox**.



### AL MATÍ O AL VESPRE

El tram del dia preferit dels enquestats a l'hora d'escoltar podcasts és entre les nou del matí i el migdia, seguit del tram entre les sis de la tarda i mitjanit.



### DE 15 A 45 MINUTS

La durada preferida dels podcasts, segons els oients habituals d'aquest format, se situa entre el quart d'hora i els quaranta cinc minuts de durada per capítol.



### DISPOSATS A PAGAR

Un **77%** dels enquestats estarien disposats a pagar o a fer una donació al seu programa favorit. D'altra banda, un **39%** admet que prefereix l'opció d'escoltar un anunci sense avançar-lo.



### HISTÒRIA, SOBRETOT

Els podcasts d'història són els preferits a Espanya, amb un **61,6%** dels enquestats que prefereixen aquesta temàtica per sobre de les altres. És la xifra més alta de tots els països hispanoparlants. A l'enquesta, els espectacles i la política també es posicionen en els primers llocs dels temes d'interès.



Lisa Tobin, Michael Barbaro i Theo Balcomb han convertit el podcast *The Daily* en un autèntic fenomen. Foto: James Estrin / *The New York Times*

Un tren al qual també volen pujar grans mitjans no radiofònics com *El País*, *La Vanguardia* o *El Mundo*. Per Chelo Sánchez, el podcast va tenir “una arrancada purament tecnològica, després es va apostar pels continguts, i fa uns dos anys que cada vegada més empreses grans i plataformes hi estan donant una nova empena”. Spotify va fer, el 2019, el que ara han fet Netflix, Amazon, Google, Podimo o Audible. Apostar. Però de veritat. Aportar el seu gra de sorra perquè es consolidi tota una indústria”.

Dins d'aquesta indústria de creació de podcasts es troba precisament una empre-

sa que dirigeixen dos catalans, Àlex García i Núria Net. Tenen la seva empresa, La Coctelera Music, amb un peu aquí i un altre als Estats Units. Són molts anys de carrera. I ara, per fi, es troben que quan elaboren i envien uns grans pressupostos aconsegueixen el desitjat vistiplau del client. “Encara falta camí per recórrer, si ho compares amb els Estats Units, encara que és veritat que ara costa menys convèncer de què i com s'ha de fer la nostra feina perquè el resultat sigui un podcast de qualitat”, assegura García.

Tot i que ja tenien una llarga experiència en el món de l'àudio, no va ser fins al

febrer de 2019 quan van centrar la mirada professional en el podcast. “I amb la Covid el consum es va despertar de manera molt exponencial”, explica García, qui creu que, respecte als Estats Units, aquí encara han d'*evangelitzar*, però que aquest salt quantitatiu els ha beneficiat.

“Que hi hagi gent disposada a pagar per escoltar un podcast és tot un símptoma”, reconeix un dels fundadors d'una empresa que, com explica ell mateix, “fa pel·lícules sense imatges, converteix una història en uns capítols perquè siguin escoltats”. Actualment, La Coctelera Music treballa en moltíssimes produccions, grans i petites,

producte final és molt més revisat, la post-producció no és una fase menysvalorada”, explica García.

**"EN EL MÓN D'INTERNET, ÉS L'OIENT QUI MARCA EL RITME, NO LA RÀDIO QUI MARCA L'HORA I ELS CONTINGUTS"** Oriol Llop, *Emprenedors*

amb continguts en català, castellà i anglès. Un exemple dels grans encàrrecs que reben és la producció d'un podcast que es distribuirà al mercat llatinoamericà, espanyol i nord-americà i que serà creat amb guionistes, *line producer*, editor, supervisor

LA MAJORIA D'EXPERTS RECORDEN QUE NO ÉS EL MATEIX FER RÀDIO QUE FER UN PODCAST, ENCARA QUE COMPARTeixEN EL LLENGUATGE ACÚSTIC

musical o compositor, entre altres. Disset persones en total. Disset.

El fet que aquesta empresa inverteixi temps, energia i recursos en produccions per als Estats Units no és un fet aïllat ni casual. “Ens porten anys d'avantatge, hi ha un nivell d'exigència increïble, uns pressupostos molt més alts que aquí i el

cinc anys). O que el futur serà imatge, principalment YouTube (més altres secundaris de luxe com Twitch, Instagram o la mencionada Tik Tok).

Àlex García hi creu a cegues, però, en el poder de l'àudio. Si abans ens encantava compartir música i ara compartim podcasts, si abans escrivien WhatsApps i ara deixem notes de veu, si abans llegíem llibres i ara els escoltem, si assistíem a conferències i ara som addictes a les xerrades TED, si ara posem al cotxe, al metro o fins

i tot al llit un capítol de la nostra sèrie radiofònica favorita, és per la fidelitat a la veu. “El poder de la veu és incomparable, és el primer que escoltem a la panxa de les nostres mares! El seu poder de suggestió, d'immersió o de narració supera la resta de rivals”, afegeix García.

En aquest sentit, Oriol Llop creu també en el poder de l'àudio, tot i que reconeix que som al començament del camí: “Encara som bastant a l'inici del 'regnat' del podcast. No tenim clar què funciona i què no funciona. Ni quins són els formats encertats i quins no. És una fase de prova, assaig, encert i error. Amb el temps l'oferta de podcasts serà més especialitzada (només cal veure l'oferta actual) i els podcasts 'supervivents' ho seran partint de les dades. Quan sapiguem molt més quin és el comportament de l'audiència, els seus costums, gustos i interessos, els podcasts s'ajustaran molt més a la demanda”. Aquesta tendència, però, pot tenir, segons Chelo Sánchez, un cert perill. “Els

## PROVA I ERROR

I amb tanta indústria (emergent) a Espanya i als Estats Units, hi ha futur? Perquè hi ha qui pensa que potser és una moda. Que ha trigat massa a superar el primer milió d'usuaris (més de deu anys, quan Tik Tok ha aconseguit 800 milions en

## DE JOE ROGAN A MICHELLE OBAMA

A nivell internacional, els Estats Units destaquen en l'àmbit dels podcasts, que compten amb la implicació de moltes celebritats. Com a curiositat, el príncep Harry i Meghan Markle també tenen els seus propis podcasts. Tot i el domini dels nord-americans, a Llatinoamèrica el consum de podcasts també ha crescut moltíssim. Entre els podcasts més escoltats a tot el món hi destaquen les experiències humanes i personals.

### THE JOE ROGAN EXPERIENCE

A escala internacional, si hi ha un nom que hi destaca aquest és el de Joe Rogan, estrella dels podcasts en anglès amb més de deu milions de subscriptors que gaudeixen escoltant com entrevista a celebritats.

[www.spoti.fi/3mDLPTa](http://www.spoti.fi/3mDLPTa)

### THE DAILY

Espai d'actualitat del *New York Times*, amb notícies, anàlisis i cobertures sobre el que passa al món cada dia. Va iniciar-se el 2017, té una durada de vint minuts i actualment arriba a uns cinc milions de descàrregues mensuals. Tot un referent informatiu en el món dels podcasts.

[www.spoti.fi/3zn4zKr](http://www.spoti.fi/3zn4zKr)



El comediant Joe Rogan (esquerra) durant un dels seus podcasts

### RADIO AMBULANTE

A l'Amèrica Llatina el creixement del podcast no s'entén sense la premiada Radio Ambulante on es poden escoltar cròniques llatinoamericanes de tots els països de parla hispana incloent-hi els Estats Units. S'escolta entre altres plataformes a l'NPR (ràdio pública nacional), que també ha tingut un rol molt important per al creixement dels podcasts als Estats Units.

[www.spoti.fi/3BfHeL4](http://www.spoti.fi/3BfHeL4)

### TED TALKS DAILY

Xerrades motivacionals diàries que compten amb testimonis que intenten inspirar oients de tot el món. Dirigit per la periodista Elise Hu, s'hi poden escoltar tots els temes imaginables, des de la intel·ligència artificial fins a la zoologia. I tot explicat pels millors pensadors del món.

[www.spoti.fi/3zmDzdH](http://www.spoti.fi/3zmDzdH)

### THE MICHELLE OBAMA PODCAST

El podcast de l'ex primera dama dels Estats Units es pot escoltar des de juliol de 2020 exclusivament a Spotify. Michelle Obama parla amb familiars, però també entrevista a personalitats. Realitzat per la productora Higher Ground, fundada per Barack i Michelle Obama, aquest podcast ja té una gran quantitat d'oients.

[www.spoti.fi/3DxKYts](http://www.spoti.fi/3DxKYts)

### CALL HER DADDY

Enregistrament de comèdia i sexologia presentat per Alexandra Cooper i Sofia Franklyn. Creat el 2018, compta amb convidats variats i anècdotes poc explicades en antena fins ara. Al juny d'aquest any, han signat un contracte milionari amb Spotify.

[www.spoti.fi/2xx9jif](http://www.spoti.fi/2xx9jif)



Cooper i Franklyn tenen un munt d'oients de *Call Her Daddy*

## HUMOR, HISTÒRIA, ESPORTS...

Dins de la immensa llista de podcasts que es poden escoltar actualment en castellà, tot i que encara que no hi ha una única llista fidedigna amb mesuradors estandaritzats i reconeguts, els més populars s'engloben en temàtiques com l'humor, l'autoajuda, la història o la cultura. Els enregistraments esportius tampoc paren de créixer. I molt pocs de política tenen un munt de seguidors comparat amb els seus competidors.

### NADIE SABE NADA

Improvisació setmanal dels humoristes Andreu Buenafuente i Berto Romero creada el 2013. Aquest podcast de la SER apareix a la majoria de les llistes dels més escoltats a Espanya.

🌐 [www.spoti.fi/2Wydpqc](http://www.spoti.fi/2Wydpqc)

### ENTIENDE TU MENTE

Podcast de psicologia que explica com funciona la nostra ment de manera amena i amb un gran paper dels oients. Elaborat per Molo Cebrián, Luis Muiño, Mónica González i Rober Mengual, és el podcast de psicologia més escoltat en castellà a tot el món. Des de 2020 s'han aliat amb Spotify.

🌐 [www.spoti.fi/2Wqk4T6](http://www.spoti.fi/2Wqk4T6)

### ESTIRANDO EL CHICLE

Camí de la quarta temporada, les actrius Carolina Iglesias i Victoria Martín arrossegueu milers d'oients que troben moltes dosis d'humor en les anècdotes personals que expliquen. Cada divendres es pot escoltar a l'app Podium i cada diumenge a la resta de plataformes.

🌐 [www.spoti.fi/3zokDLU](http://www.spoti.fi/3zokDLU)

### LA ROSA DE LOS VIENTOS

Aquest podcast d'Onda Cero ofereix una interessant barreja d'història, misteri, investigació i relats. Al capdavant hi ha els periodistes Silvia Casasola i Bruno Cardeñosa.

🌐 [www.spoti.fi/2Y2flrD](http://www.spoti.fi/2Y2flrD)

### LA LIBRETA DE VAN GAAL

Amb el subtítol *Que divertit és el periodisme esportiu*, aquest és un dels podcasts esportius més escoltats en l'actualitat a Espanya. Va ser creat pel periodista Miguel Guitérrez i va arrencar com a blog l'any 2004 i des de llavors mai no ha parat de créixer.

🌐 [www.spoti.fi/2UPMtl2](http://www.spoti.fi/2UPMtl2)



Berto Romero i Andreu Buenafuente estan triomfant amb el seu podcast *Nadie sabe nada*

DES DE 2019, SPOTIFY ESTÀ APOSTANT MOLT FORT PELS PODCASTS, COM TAMBÉ HAN FET NETFLIX, AMAZON, GOOGLE, PODIMO O AUDIBLE

algoritmes i les grans plataformes podrien fer que els podcasts perdin precisament la independència, el caràcter amateur, creatiu, fresc”, assegura aquesta especialista en ràdio i podcast de Salamanca.

### FUTUR BICÉFAL

I quin serà el futur de les cadenes de ràdio? Desapareixeran les graelles actuals en favor dels podcasts? Chelo Sánchez aposta per una bicefàlia a les ones. “La irrupció del podcast ha obligat les ràdios a una doble producció, per a l’antena (sincrònica, en directe) i per al web (asincrònica, sota demanda)”, afegeix aquesta experta que, com tants altres experts del món radio-

silencis i efectes, finalitzant en un producte netament digital i que es consumeix a demanda. Qualsevol gravació no es pot considerar un podcast”, sentència.

Oriol Llop creu que si les cadenes de ràdio aposten cada vegada més pels podcasts (la SER ha remodelat tot el seu organigrama directiu per potenciar-los i RAC1 ha creat Rac+1 (una mena de Canal 33) ho han fet “no tant per pròpia iniciativa, sinó perquè l’audiència els hi ha portat.

MITJANS DE COMUNICACIÓ NO RADIOFÒNICS COM *EL PAÍS*, *LA VANGUARDIA* O *EL MUNDO* TAMBÉ ESTAN APOSTANT PER AQUEST TIPUS DE PRODUCTE

fònic, diferencia què és un podcast i què no ho és. “Hi ha d’haver forçosament un procés creatiu, que inclou paraula, música,

El mercat publicitari també hi empeny, ja que hi ha trobat un espai on s’hi poden fer continguts menys genèrics i més propers als interessos de les marques”, valora el realitzador d’*Emprenedors*. Catalunya Ràdio, RNE, Onda Cero o la COPE també en disposen als seus

webs o bé apps d’una oferta amb desenes de podcasts creats a banda de penjar els trams més escoltats en directe dels seus programes estrella.

En definitiva, sembla que al món de la ràdio no li ha sortit un competidor sinó un company, que arriba amb milers de defensors i admiradors, i amb el qual podrà seguir fent fotografies sonores. Delicioses històries que, amb les veus i els silencis adequats, sempre seran un autèntic regal per a les oïdes més agraïdes. Ç

El fenomen dels podcasts

# AIXÒ DONA DINERS

Generar ingressos amb un podcast no és cap utopia

Segons el Digital News Report 2021, Espanya és el segon país del món on més gent consumeix podcast. Aquest nou format no només atrau cada cop més audiència, sinó també més creadors. Molts d'ells comencen com un hobby, però més d'un ha demostrat que el podcàsting pot ser, per si mateix, un negoci profitós. Sigui per la via dels patrocinis, dels models *freemium* o amb podcasts directament de pagament, no cal tenir grans audiències i la clau passa per mantenir un enfocament temàtic i d'estil molt concret.



ADRIÁN CABALLERO

Joe Rogan és un còmic i exesportista dels Estats Units. El 2009, quan el podcàsting era quelcom nou fins i tot al seu país, Rogan va crear un podcast, *The Joe Rogan Experience*. Segons un estudi de l'empresa d'anàlisi financera Top Dollar, el potencial d'ingressos del podcast de Rogan és avui de més de setanta-dos milions de dòlars. Així que no trigarem ni un paràgraf a concloure que els podcasts es poden monetitzar. I no, no cal ser un dels més escoltats, com el cas de Rogan. Un podcast modest en oients pot generar ingressos i, fins i tot, permetre els seus creadors de viure d'això.

I tot en un context que alguns encara veuen com incipient per a la monetització del podcàsting. És el cas de Francisco Izuzquiza, periodista que va deixar la carrera a la ràdio apostant pel podcast. D'altres, com el periodista i *podcaster* Victor Correal, opinen que el mercat ja és madur i que “tothom sap què és un podcast”. Sigui com sigui, ambdós creadors coincideixen a apuntar que hi ha marge de creixement i que l'audiència del podcast en general augmentarà a curt i mitjà termini, cosa que generarà oportunitats per a la professió.

Tot i això, una tendència que es repeteix al mirar la classificació dels podcasts més escoltats, és que una bona parts són programes de les principals emissores

## PEPE RODRÍGUEZ, AMB 1.650 OIENTS DEL SEU PODCAST DE PAGAMENT, GUANYA MOLT MÉS QUE QUAN TREBALLAVA AL DIARI *AS*

de ràdio que, posteriorment, es converteixen en un podcast. Aquest tipus de programes no deixen de ser una *ràdio a la carta*, un concepte que Izuzquiza rebutja, ja que “el podcast no és només això”. Algunes emissores, com la SER, RAC 1 o Catalunya Ràdio, ho entenen així i en els darrers anys han apostat per la creació de continguts diferenciats dins de la programació habitual.

El cas de la SER destaca encara més perquè, el 2016, va crear Podium Podcast, una divisió dedicada en exclusiva al podcast. “Podium Podcast és part de la transfor-

## "HI HA PODCASTS PETITS QUE, BEN ENFOCATS A UN PÚBLIC CONCRET, GUANYEN MÉS DINERS QUE MOLTS DEL TOP-5" Francisco Izuzquiza

mació digital de PRISA Ràdio i d'aposta perquè el podcast és un format rellevant per al futur”, explica Maria Jesús Espinosa de los Monteros, directora de Podium Podcast. Pocs dies després de ser entrevistada per CAPÇALERA, va ser nomenada directora general de PRISA Audio, una nova divisió que apostarà pel contingut específic de podcàsting.

### MONETITZAR PETITS PROJECTES

El fet que els podcasts més escoltats pertanyin a grans empreses periodístiques limita la capacitat de guanyar-se la vida amb un podcast? En absolut. “En el podcàsting, ser al top-5 no et garanteix monetització. Segur que hi ha casos de podcasts petits que, ben enfocats a un públic concret, guanyen més diners que molts d'aquests del top-5”, apunta Francisco Izuzquiza.

Un bon exemple d'això és el periodista Pepe Rodríguez, que des de fa tres anys condueix diàriament *PepeDiario*, un podcast esportiu. Durant un temps, Rodríguez compaginava el podcast (aleshores d'accés gratuït) amb el treball al diari *AS*. Tenia 3.500 oients. Durant unes vacances va decidir posar el podcast de pagament a 3€ al mes i en pocs dies va adonar-se que ja guanyava més que al diari. “Vaig deixar el diari al tornar de vacances”, explica.

Per aquells que ja tenen un podcast, o pels qui pensen a crear-ne un, el camí a la monetització passa precisament per exemples

de projectes petits com el de Rodríguez o altres com el de la Cristina Mitre, que amb el seu podcast de salut i bellesa acumula un potencial econòmic de quasi mig milió d'euros segons l'estudi Top Dollar esmentat anteriorment. I d'on provenen aquests ingressos? Doncs de diferents fonts. I és

que, precisament, la diversitat de les vies de monetització és clau per no dependre d'una gran audiència.

Fins i tot Francisco Izuzquiza, que forma part d'un dels podcasts més escoltats d'Espanya, *La Escómbula de la Brújula*, subratlla les diferents possibilitats per generar ingressos, especialment el que s'anomenen ingressos indirectes. És a dir: ingressos que no genera directament el podcast, però que arriben al seu creador gràcies al fet de realitzar el podcast. “Nosaltres tenim patrocinis dins el podcast, si bé també hem venut samarretes”, exemplifica Izuzquiza, que posa en valor el fet que “el podcast no deixa de ser una via de promoció per a cadascun dels integrants, que o bé treuen un llibre o bé son convidats a fer conferències”.

I què hi ha del que diríem ‘ingressos directes’? Espinosa de los Monteros es mostra optimista amb la tendència positiva d'aquests tipus d'ingressos: “micro-mecenatge, subscripció mensual, *branded content* per a podcast, patrocinis, publicitat...” enumera la periodista, que considera que “mai s'havia viscut a Espanya un procés de monetització com l'actual”. La tercera edició de l'EncuestaPod reforça aquesta visió, ja que un 77% dels oients de podcasts habituals afirma que pagaria per escoltar el seu programa favorit i un 39% prefereix l'opció d'escoltar un anunci sense avançar-lo.

### VIURE DE LA COMUNITAT

Arribar al punt d'èxit de podcasts com *La Escómbula de la Brújula* és complicat i



## MONETITZAR UN PODCAST, EN QUATRE PASSES

Cal seguir una sèrie d'indicacions que, segons els experts, ajuden, i molt, a l'hora de poder monetitzar un podcast. Aquestes són les més essencials:

### 01

**COMENÇA** Potser és un consell absurd, però és necessari llançar-se a la piscina perquè molts qualifiquen el podcàsting com un mitjà ja "madur" i amb possibilitats. Pepe Rodríguez, de *PepeDiario*, recomana que el podcast versi sobre "una idea molt clara i tan profunda" com puguem. D'altra banda, tant Rodríguez com Francisco Izuzquiza recomanen començar-ho en paral·lel a altres projectes perquè al principi tot serà gratuït.

### 02

**SIGUES FIDEL** "Si et compromets, em dona igual la duració o cada quant publiques, ho has de mantenir fins saber si funciona", diu Rodríguez. És a dir, que la temàtica profunda s'ha de mantenir sempre i el ritme de publicació i l'estil, també. "Si vols que el projecte sigui professional, t'ho has de prendre com a tal", remata Izuzquiza.

### 03

**ATREVEIX-TE A COBRAR** "El contingut gratuït no té valor", diu Víctor Correal. Així que arribarà el moment d'explorar vies de monetització, com fer el podcast de pagament. "Quan tinguis 3.000 oients cal saber si la gent està disposada a pagar per això. Si no volen pagar per això, també hauríem de saber-ho aviat", assegura Rodríguez.

### 04

**DIVERSIFICA VIES D'INGRESSOS** Sigui un podcast 100% de pagament o no, tots els entrevistats celebren les múltiples vies d'ingressos, tant directes com indirectes (subscripcions, donacions, micropagaments, marxandatge, publicitat, promocions, *branded content*...) i els ingressos indirectes en forma de propostes externes que van arribant.

molts projectes no arriben a tenir el mateix nivell d'audiències. Tot i així, la clau a l'hora de generar ingressos és que potser no cal, ja que, igual que a altres formats del periodisme, està penetrant la idea que

## "MAI S'HAVIA VISCUT A ESPANYA UN PROCÉS DE MONETITZACIÓ COM L'ACTUAL"

Maria Jesús Espinosa de los Monteros, PRISA Audio

la monetització es basi en la comunitat. "Gràcies a Netflix o Disney l'audiència s'ha acostumat a pagar", exposa Víctor Correal. "L'audiència que tenim ara són els *early adopters*", assegura utilitzant aquest anglicisme que fa referència als primers usuaris que compren un servei (quedant encara per arribar un 80% dels potencials usuaris).

Per acabar de convèncer qualsevol de la rendibilitat que pot tenir un podcast, Izuzquiza recomana fer-se una pregunta:

"Si vols viure d'un podcast, quants subscriptors necessites? Sigui quina sigui la xifra que pensis, serà molt més baixa que l'audiència que necessita un gran mitjà". "Les estadístiques diuen que amb una audiència molt petita pots generar molt negoci", sentència Correal.

Les xifres de *PepeDiario* van en la mateixa

línia: guanya més de 4.500 euros bruts al mes amb una comunitat de 1.650 oients. "Amb això una empresa no fa res, però és molt per a una persona", esmenta Rodríguez, per qui el més important és trobar un nínxol.

La clau de volta, doncs, és que el contingut sigui específic, ja sigui per la temàtica, l'estil o ambdues qüestions alhora. Rodríguez, que afirma que "el senyor 'Tots Els Públics' va morir fa temps" i repta a qui vulgui viure del podcast a aconseguir

que els oients, per molt que els agradi el tema del qual parles, pensin que no havien caigut en el que els expliquen. Que els sorprenguin, doncs. En aquest sentit, el periodista recorda una frase que s'atribueix a l'empresari Henry Ford: "Si hagués preguntat a la gent què volia, m'haguessin dit que cavalls més ràpids". Per Rodríguez, doncs, tot passa per "fer cotxes".

Un cop estem envoltats per aquesta comunitat fidel, se'ns obren moltes portes per generar ingressos. Aquesta visió encaixa amb el que comenten Correal i Izuzquiza respecte al potencial del mitjà i el fet que, pel que fa tant a la creativitat com a la monetització, encara queda camí per recórrer i tots confien que cada cop hi haurà més usuaris i, per extensió, cada cop més gent pagarà per escoltar un podcast que, al final, serà quelcom més que un podcast: "jo no he creat només un podcast de pagament, sinó que hi ha una plataforma al voltant que no només conté els episodis. Tenim un grup privat de Te-



A mesura que creix el fenomen, els podcasts cada cop tenen més públic i poden ser més rendibles. Foto: Jukka Aalho

egram, per exemple", detalla Correal en referència al seu podcast *Nordic Wire*.

## PODCASTS CORPORATIUS

La tendència positiva del consum i de la generació d'ingressos del podcast no passa tampoc desapercibuda per a la co-

enfocada en les marques i empreses. "Hi ha entitats que creuen en el format i que tenen històries a explicar", celebra el periodista, qui recomana sempre fugir del "joisme" perquè al públic no l'interessa. El públic vol que li expliquis històries". I amb aquestes històries, afirma, "les empreses generen comunitat".

També des de Podium Podcast tenen una secció, Podium Studios, especialitzada en podcasts corporatius o *branded*

## "EL PÚBLIC VOL QUE LI EXPLIQUIS HISTÒRIES. I AMB AQUESTES HISTÒRIES LES EMPRESES GENEREN COMUNITAT"

Francisco Izuzquiza, *Yes We Cast*

municació corporativa, que veu el format com una nova possibilitat a partir del qual arribar a nous públics i generar imatge i difusió de marca.

En els darrers mesos, la demanda de podcasts per part d'empreses de tot tipus de sector ha estat llegit per professionals com Francisco Izuzquiza, soci de *Yes We Cast*, una productora de podcasts

*podcast*, com els anomena Espinosa de los Monteros. En un sentit semblant a Izuzquiza, la nova directora de PRISA Audio destaca "l'enorme comunitat que les marques generen, connectant de manera íntima i directa amb potencials clients".

El que es va repetint entre tots els entrevistats és l'optimisme i la passió. Optimisme per la projecció que té el podcàsting

arreu del món, però també a Catalunya i a Espanya, i la passió d'un format que Espinosa de los Monteros considera "més que apassionant" i que obre la porta a que, en el futur, sigui una oportunitat real per a molts professionals. "En un parell d'anys, veurem mitjans alternatius: com un periodista d'un gran mitjà i un altre d'una gran ràdio s'ajuntaran per fer un podcast especialitzat en NBA, per exemple, i crearan una comunitat al voltant", imagina Correal. Lluny de les xifres de Joe Rogan, queda clar que un podcast pot ser rendible i que és un format que va més enllà d'un simple *hobby*. Ç

## El fenomen dels podcasts



# NOVA VIDA

## El podcast en català ressorgeix gràcies a creadors joves i a productes de qualitat

Disset anys després d'un inici incipient, el podcast en català viu actualment una segona joventut com a conseqüència de la irrupció de joves creadors que fan productes de gran qualitat i d'èxits com la sèrie de Carles Porta a *Catalunya Ràdio* o el fenomen de *La Sotana*. Tot i que la salut del podcàsting en la nostra llengua és bona, cal tenir en compte que existeixen amenaces com la discriminació del català per part de les principals plataformes de distribució de continguts o l'adopció del castellà per part dels creadors per assolir més oients.



TEXT FRANCESC PONSÀ

La ràdio en català viu una època de revifalla gràcies al podcàsting i a l'esperit *do it yourself* (fes-ho tu mateix) que se'n desprèn. La tecnologia permet realitzar contingut de qualitat amb una infraestructura mínima i una connexió a Internet adequada. Tot i que s'hagi establert tard respecte a altres països, el podcast és un format a l'alça a Catalunya. El confinament a causa de la pandèmia va implicar un creixement de 25% en el consum. Com a conseqüència d'això, les audiències a l'Estat espanyol han crescut fins arribar al milió d'oients al dia a final de l'any passat. En el cas català, no es tenen dades concretes d'escoltes ni la xifra de podcasts fets en català. Tanmateix, el portal *Podcasts.cat* en té indexats uns tres-cents, dels quals n'hi ha més de dos-cents en actiu.

Montse Bonet, professora de Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i directora del Curs en noves narratives sonores, considera que l'evolució del podcast a Catalunya s'assembla molt a la de l'Estat espanyol i a la de molts països d'Europa: "Quatre persones que hi

### EL PRIMER PODCAST EN CATALÀ VA NÉIXER EL 2004. UN ANY DESPRÉS, L'INTERNAUTA, DE CATALUNYA RÀDIO, JA ES DISTRIBUÏA EN AQUEST FORMAT

creuen, que fan de pioners i troben una manera d'expressar coses que en el sistema tradicional no poden o no volen fer, i que fa poc que ha tornat a revifar", explica.

#### INICI INCIPIENT

Tot i que és molt complicat establir quin va ser el primer podcast en català, algunes fonts apunten a un programa d'onze minuts, avui dia intrombable, que el novembre

del 2004 va publicar l'informàtic Pau Oliva. El van seguir altres programes com *Reservoir Jocs*, dedicats als jocs de taula i actiu fins al 2018 o el desaparegut *JoxPod*, pioner en l'àmbit del comentari de videojocs en català.

La celebració a Barcelona de les Segones Jornades de Podcàsting a l'octubre del 2006, que va reunir la "comunitat podcaster" hispana, també va significar una fita en l'inici del format a Catalunya. Paral-

### LA SÈRIE DE PODCAST *EL SEGREST*, SOBRE EL CAS DE LA FARMACÈUTICA D'OLLOT, VA TENIR PROP DE 800.000 REPRODUCCIONS A INTERNET

lamente, el festival literari Kosmópolis o6, del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, va comptar amb un espai dedicat al podcast. No obstant això, el català va tenir molt poca presència en ambdós certàmens per causa de l'escassetat de podcasts en aquesta llengua.

Més enllà del podcàsting independent, les emissores de ràdio també van apostar per aquest format com una nova via per a la distribució dels continguts. El primer programa a fer-ho va ser *L'Internauta*, de *Catalunya Ràdio*, l'any 2005, dirigit aleshores per Vicent Partal. Pocs mesos més tard, s'hi afegiria una altra emissora pública, COM Ràdio.

En el cas de la ràdio, trobem "programes redistribuïts com a podcast que han funcionat molt bé com *L'ofici de viure*, de Catalunya Ràdio, o *La competència*, de RACI, i podcasts creats com a continguts nadius digitals (els de Carles Porta a *Cata-*

*lunya Ràdio*, per exemple) que han tingut molt bones dades d'audiència", explica Toni Sellas, professor de la Universitat de Vic i expert en podcàsting, ràdio i nous formats sonors.

En aquest sentit, *El segrest*, els podcasts sobre el cas de la farmacèutica d'Olot, es va convertir en la sèrie de podcast més exitosa de la història de l'emissora pública amb prop de 800.000 reproduccions a Internet. "Els podcasts de Carles Porta

són rellevants perquè són productes de qualitat que posen de manifest el potencial narratiu del podcàsting, generen una comunitat al seu

voltant i permeten abordar uns continguts que van més enllà de l'actualitat més immediata", apunta Sellas.

En la línia de construcció de comunitat, és interessant citar la iniciativa local Podcast-City, la plataforma pionera de podcast ciutadà de Ràdio Ciutat de Tarragona. Des de l'inici de la plataforma l'any 2019, s'han creat més de quaranta podcasts diferents que han comptat amb el suport tècnic de l'emissora.

#### LA SOTANA, EL BOOM DEL FORMAT

Aquests últims anys, el podcàsting ha esclatat amb força i amb una nova fornada de *podcasters*. Aquesta eclosió no es pot explicar sense citar *La sotana*, un podcast d'humor sobre el Barça que un grup d'amics va iniciar el 2014 i que, actualment, acumula més de 100.000 escoltes setmanals. *La Sotana* ha passat per les diverses formules d'un podcast: autoedició amateur, emissió a la ràdio local, el salt als grans mitjans de comunicació i el retorn a l'autoedició, aquest cop professional. Per

## DEU PODCASTS EN CATALÀ QUE HAS DE CONÈIXER

L'ecosistema de podcasts en llengua catalana és divers i compta amb programes pioners, independents, de nínxol i d'emissores de ràdio. A continuació, fem una selecció dels més destacables.

### 01 MOSSEGA LA POMA

Un dels primers podcasts en català amb més de catorze d'anys d'història. Tecnologia, cultura i ciència de la mà d'en Tomàs Manzaneres i en Marc Alier.

🌐 [www.mossegalapoma.cat](http://www.mossegalapoma.cat)

### 02 EL SEGREST

Col·lecció de podcasts de Catalunya Ràdio gravats amb so immersiu 3D i dirigits per en Carles Porta que narren el segrest l'any 1992 de la Maria Àngels Feliu, la farmacèutica d'Olot. Tor, tretze cases i tres morts i Crims són dels mateixos creadors.

🌐 [www.ccma.cat/catradio/el-segrest](http://www.ccma.cat/catradio/el-segrest)

### 03 LA SOTANA

Barça i humor corrosiu a càrrec del Manel Vidal, el Joel Díaz, l'Andreu Juanola, l'Enric Gusó i en Magí Garcia.

🌐 [www.patreon.com/lasotana](http://www.patreon.com/lasotana)

### 04 BERÍCID SULFÚRIC

Ficció sonora a càrrec d'un equip de professionals de la comunicació, el teatre, la ràdio i el doblatge.

🌐 [www.bericidsulfuric.com](http://www.bericidsulfuric.com)

### 05 JA SOM AQUÍ!

Podcast d'història de Catalunya de RAC1 conduït per l'Enric Lucena i l'Oriol Dalmau.

🌐 [www.raci.cat/rac-mes-1/ja-som-aqui](http://www.raci.cat/rac-mes-1/ja-som-aqui)

### 06 LES GOLFES

Converses entre la Júlia Bacardit i l'Anna Pazos sobre diferents temes del debat social.

🌐 [www.speaker.com/show/les-golfes](http://www.speaker.com/show/les-golfes)

### 07 L'AVIÓ A LISBOA

Podcast especialitzat en política internacional produït per en Víctor Puig.

🌐 [www.ivoox.com/podcast-l-avio-a-lisboa\\_sq\\_f1745216\\_1.html](http://www.ivoox.com/podcast-l-avio-a-lisboa_sq_f1745216_1.html)

### 08 GENT DE MERDA

Continguts i convidats de tota mena conduïts per la Clàudia Rius, la Paula Carreras, Rita Roig i l'Ofèlia Carbonell.

🌐 [www.primaverasound.com/es/radio/shows/gent-de-merda](http://www.primaverasound.com/es/radio/shows/gent-de-merda)

### 09 OYE POLO

Continguts en clau d'humor elaborats per l'Ana Polo i l'Oye Sherman.

🌐 [www.primaverasound.com/es/radio/shows/oye-polo](http://www.primaverasound.com/es/radio/shows/oye-polo)

### 10 PARLEM AMB SÍNTESI

Un nou podcast, conduït per Agustí Rodríguez, de l'equip de la consultora Síntesi, que cada quinze dies analitza la realitat actual de la comunicació corporativa.

🌐 <https://sintesi.cat/>

Sellas, aquest cas reafirma els valors que el podcast aporta als creadors de continguts com “llibertat, flexibilitat o marge de maniobra que no són possibles en la indústria mediàtica tradicional perquè està sotmesa als seus interessos, pressions, model de negoci, compromisos, ideologia, etcètera”.

També són destacables els podcasts de joves creadores que s'han cansat de ser el personatge femení d'un programa de ràdio ple d'homes. Aquest és el cas de la periodista Ana Polo, que va deixar la ràdio tradicional per embarcar-se, juntament amb la guionista Maria Rovira, coneguda com *Oye Sherman*, en el podcast *Oye Polo* a *Ràdio Primavera Sound*. Aquest podcast acumula milers d'escoltes de cada programa i ha entrat en el top de Spotify dels més escoltats a l'Estat espanyol.

I no és l'únic cas. Existeixen altres podcasts realitzats per dones joves com *Gent de merda*, *Les golfes* o *Coses modernes* que també s'han fet un espai en l'ecosistema del podcast en català. En referència a aquestes dones joves, Sellas assegura que “han trobat en el podcàsting un mitjà que els ofereix la possibilitat d'expressar una veu, una mirada, uns interessos, uns continguts amb una flexibilitat i llibertat que en la indústria sovint no tenen o que tenen condicionada a determinats rols, horaris o papers dins d'uns equips liderats per homes”.

### AJUTS AL PODCAST EN CATALÀ

En plena efervescència del format, l'oferta és rica i variada, però tot i així, el nombre de podcasts en català encara és limitat. Segons els impulsors de la plataforma *Podcasts.cat*, la salut del podcàsting en català és com la de l'audiovisual en català: “Tot i que el sistema ha resultat ser molt efectiu per difondre els continguts de petits productors, el català està en clara recessió en front del castellà, pel simple fet que aquest darrer és una llengua parlada a gran part del món, cosa que fa que els productors s'acabin passant al castellà per fer rendibles els productes i fer que arribin a moltíssima



El periodista Carles Porta ha dirigit nombrosos podcasts de Catalunya Ràdio, com els del segrest de la Maria Àngels Feliu. Foto: CCMA

més gent”. Sellas admet aquesta pràctica de passar-se al castellà a l'hora de crear els continguts, si bé també destaca “la irrupció de gent jove que, ja sigui per convicció o de manera desacomplexada, genera

### MOLTS AUTORS ES PASSEN AL CASTELLÀ PER FER RENDIBLES ELS PRODUCTES I QUE D'AQUESTA MANERA ARRIBIN A MOLTA MÉS GENT

contingut de podcast en català, amb èxit i que genera comunitat al seu voltant”.

Per incidir en aquesta via, el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya ha creat una línia d'ajuts dotada amb 120.000 euros amb l'objectiu de donar suport a la creació o a la continuïtat de podcasts en català.

D'aquesta manera, la Generalitat vol ajudar a l'augment dels podcasts culturals, a la professionalització i la millora de la qualitat dels existents per guanyar oïdors, consolidar el format en l'ecosistema digital català i ajudar a

la creació i desenvolupament d'un nou model de negoci. Bonet aplaudeix la iniciativa, encara que amb alguna reserva.

“Qualsevol iniciativa és bona sempre que es tingui molt clar que no es podrà viure sempre de subvencions”, assegura.

Un altre element a tenir en compte en contra dels podcasts en català és el sistema de distribució massiva. “Com més fàcil és la difusió de continguts a Internet, més ràpidament perd pes el contingut en català

en detriment del castellà. Quan entren les plataformes digitals a difondre els continguts, el català desapareix de la llista de llengües disponibles que podem escollir”, afirmen des de *Podcasts.cat*.

Caldrà seguir l'evolució del podcast en català per determinar si aquesta revifalla és un foc d'encenalls o si realment hi ha una flama que perdura. De moment, tenim podcasts per triar, remenar i gaudir d'una bona estona a través dels auriculars. Ç

# CRÒNICA D'UNA REVISTA IMPROBABLE

*El Ciervo*, degana de les revistes culturals de l'Estat, celebra setanta anys mirant cap al futur

TEXT JORDI PACHECO



El periodista Llorenç Gomis, fundador i director d'*El Ciervo*, a la redacció, el 1973, després de l'assalt d'un grup d'extrema dreta. Foto: Arxiu *El Ciervo*

**Fundada en ple franquisme per un grup d'intel·lectuals d'arrel cristiana, *El Ciervo* ha sortit ininterrompudament des de l'any 1951. Fent honor al seu nom, que prové d'un salm ("Com el cérvol busca les aigües vives, la meua ànima et busca a tu, Senyor"), aquesta revista de pensament i cultura té el costum d'anar per lliure moguda pel desig de satisfer la set de coneixement i l'assossec. Així, amb esperit inquiet i sense renunciar al bon humor, va fent anys lluitant contra tots els obstacles gràcies al suport i a la fidelitat de lectors, d'amics i de subscriptors, en un món poc propici a les empreses periodístiques tradicionals.**

Nerviosos davant la imminent mort del dictador, durant la recta final del franquisme els comandos feixistes solien actuar de nit. Però el dia que un d'ells va assaltar la redacció d'*El Ciervo* al carrer de Calvet de Barcelona, ho va fer després de dinar, a plena llum del dia: "No te muevas y no te haremos nada", va dir, pistola en mà, un dels quatre assaltants a la secretària, que s'havia quedat treballant sola una estona.

Després de lligar la noia a la cadira, van anar per feina: van tirar fitxers per terra, ruixar llibres amb àcid corrosiu (els volien cremar i no van poder) i destrossar telèfons i màquines d'escriure. També van decorar les parets de l'entrada i del despatx rebedor amb missatges diversos: "Arriba España. Comunistas a la horca. Rojos no", "Policías: los cerdos que mataron a vuestro camarada leían esta revista".

L'acció va tenir lloc el 4 de juliol de 1973 i va ser executada pel V Comando Adolfo Hitler. La notícia es va escampar per diaris com *Le Monde*, *The Times*, *New York Herald Tribune* i *Frankfurter Allgemeine*. Al mateix temps, periodistes amics de la casa com

**EL 1951, UNS INTEL·LECTUALS CRISTIANS CRÍTICS AMB L'ESGLÉSIA VAN FUNDAR EL CIERVO. I DES DE LLAVORS HA SORTIT ININTERROMPUDAMENT**

Manuel Vázquez Montalbán, Joan de Sagarra o Enric Sopena, entre molts altres, van publicar articles a mitjans de l'Estat mostrant el suport a la revista i condemnant l'assalt. Molts amics i subscriptors, per altra banda, van passar per la redacció en els

dies posteriors i hi van deixar donatius. "El nom de Hitler ens va afavorir", diria Llorenç Gomis (1924-2005), director de la revista entre 1951 i 2005, en al·lusió a la repercussió mediàtica dels fets.

## DOBLE CENSURA

Durant la primera meitat dels anys setanta, Gomis era editoria- lista de *La Vanguardia* i, com altres persones del món de la cultura i dels mitjans, estava amenaçat de mort. Per això hi havia dies en què, havent sortit de la feina a la nit, evitava dormir a casa per

**EL 4 DE JULIOL DE 1973, EL V COMANDO ADOLFO HITLER VA ASSALTAR LA REDACCIÓ I LA PREMSA INTERNACIONAL ES VA FER RESSÒ DE L'ATAC**

precaució. "En aquells anys, hi havia una incertesa enorme, calia coratge per no deixar-se atemorir; i en Llorenç i la Roser [Bofill] en tenien", detalla Jaume Boix, que aleshores treballava com a aprenent a *El Ciervo* mentre estudiava Ciències de la Informació a la UAB, on tenia a Gomis com a mestre de redacció.

"L'any 1973, en plena dictadura, la llibertat d'expressió no existia, era un crim, i alguns la practicàvem com podíem, a còpia de multes, segrestos, judicis i tancament de publicacions. Ara, que per sort sí que n'hi ha, alguns segueixen atacant mitjans, com ha passat fa poc amb *El Periódico*. Per què? La llibertat d'expressió molesta els fanàtics, els dogmàtics i els ximplers, i en general a la gent mal educada. Hi eren abans, hi són ara i em temo que hi seran sempre", comenta Boix, director d'*El Ciervo* des de 2015.



D'esquerra a dreta, Carles Padró (cap de Comunicació), Berta Gómez (redactora), Eugenia de Andrés (cap de redacció) i Jaume Boix (director) a la redacció d'El Ciervo. Foto: José Luis Gómez Galarzo

El prestigi d'*El Ciervo* s'havia començat a forjar abans del Concili Vaticà II (1959–1965) gràcies a la cobertura de la mort de Pius XII, el 1958, i l'elecció de Joan XXIII el mateix any, i va continuar creixent durant l'agonia del franquisme i la Transició. “En aquestes dues dècades, la revista va saber connectar amb una aspiració general i una il·lusió de canvis, no només a Espanya sinó a tot el món”, subratlla Boix.

Els anys seixanta i setanta van ser convulsos a escala global: el Vietnam, la Guerra Freda, els assassinats de líders com Luther King i John F. Kennedy. La societat mundial lluitava per desem-pallegar-se de l'absolutisme i Espanya no n'era una excepció. En aquest context, els mitjans estaven sotmesos a un fort control i *El Ciervo* va haver de lluitar contra dues censures: la civil i l'eclesiàstica.

## SIGNES D'IDENTITAT

*El Ciervo* havia nascut a la primavera de 1951 en un ambient de plena ebullició literària i cultural a Barcelona. Entre el nucli fundador hi havia, entre altres, els germans Gomis (Llorenç, Joan i Joaquim), Roser Bofill, Paco Condomines, Claudi Colomer Marqués, el germans Montobbio (José Ignacio i Juan Manuel), Jordi Maluquer i els mossens Jarque i Pedrals). Tots coneixien

molt bé l'Evangelí, eren molt catòlics i al mateix temps molt crítics amb l'Església.

En unes primeres trobades que tenien lloc sobretot als bar-restaurant Terminus, al carrer d'Aragó, al Túria, a la Rambla de

**"MIREM DE FUGIR DE L'AGENDA DE XARXES, PARTITS, INSTITUCIONS, ALGORITMES I CONSUMIDORS COMPULSIUS. OFERIM REPÒS"** Jaume Boix

Catalunya, i al despatx de Paco Condomines, aquest grup de persones va establir les bases que marcarien la línia editorial de la revista en les successives dècades: la cultura, la religió (una religió que “mira, busca, pregunta, dubta i té poques certeses, però profundes”), el bon humor, la ironia i l'atenció a la vida quotidiana.

Aquest tarannà és especialment valorat pel públic de la revista. “Els nostres lectors i subscriptors són persones obertes, plurals, dialogants, com ho és *El Ciervo*”, explica Eugenia de Andrés, redactora en cap de la publicació, en el número commemoratiu del setanta aniversari. “Quan alguns d'ells es donen de baixa, sovint és per l'avançada edat, per la pèrdua de visió, per dificultats

## EL LLEGAT DE LA PÀGINA 3

Entre 1958 i 2005, Llorenç Gomis va signar els editorials d'*El Ciervo*. Van ser més de cinc-cents articles, un centenar dels quals estan recollits a *Medio siglo contado con sabio humor* (Herder, 2011). “Un dels llegats periodístics de Gomis és la pàgina 3 d'*El Ciervo*. Aquesta secció era més que un editorial, era un article d'una gran personalitat en què hi havia contingut, orientació i posicionament polític i humà sobre les qüestions que abordava. I ho feia amb la senzillesa pròpia dels grans escriptors: sense donar-hi gaire importància, com dient les coses de passada; sense pronunciaments categòrics i sense

entrar en consideracions maniqueïstes”, reflexiona el periodista Lluís Foix. “En Llorenç observava molt bé les foscs de la realitat, les coses que serien entre el que és políticament correcte i el que no. Era un home que navegava pels dubtes: tenia certes i dubtes, dues qualitats que utilitzava de manera recurrent. Prenia una posició però després, en el diàleg que ell mateix establiria, donava joc a postures que no eren les seves per tal de fer-les coincidir buscant una entesa humana i convivencial. En el fons, en Llorenç Gomis era un home que practicava el civisme d'una manera extraordinària”, conclou Foix.

econòmiques o altres circumstàncies. Quan això passa, alguns traslladen la subscripció als fills o a les famílies per no renunciar a un vincle que s'ha mantingut durant molts anys”, afegeix la periodista.

## EL SECRET DE LA LONGEVITAT

*El Ciervo*, actualment la degana de les revistes culturals de l'Estat, ha sobreviscut al pas del temps sense cap organització religiosa, cultural econòmica, financera, política o administrativa al darrere. Per això, en Llorenç Gomis en deia “una revista improbable”. En un món marcat per la superficialitat i la immediatesa i en què els mitjans estan cada cop més abocats a l'àmbit digital, com s'explica la supervivència d'una publicació d'aquestes característiques? “Si una revista germana com *Cuadernos para el diálogo*, tan important durant els seixanta i setanta, va durar només quinze

**EN EL MARC DEL SETANTÈ ANIVERSARI, *EL CIERVO* HA ESTRENAT WEB I HA REFORÇAT LA SEVA PRESENCIA A LES XARXES SOCIALS**

anys, haver sobreviscut cinc dècades més té un mèrit enorme. La continuïtat, encara que sigui amb discreció, és molt més important que la flamarada. El que està fent *El Ciervo*, complir setanta anys de publicació ininterrompuda, és un fet tan excepcional i únic, que s'hauria d'estar estudiant a les facultats de Periodisme”, afirma Boix.

En el marc del setantè aniversari, *El Ciervo* ha estrenat web i ha reforçat la presència a les xarxes socials. Conscient de la necessitat d'arribar a nous públics, la capçalera mira al futur, però sense perdre la perspectiva. “Estem fent el que sempre s'ha fet a la casa: intentar, número a número, oferir als subscriptors un producte que els interessi. Els donem cada dos mesos una revista pausada,



que vol ser com un oasi on respirar una mica i refugiar-se de la dinàmica de parcialitat, fragmentació, immediatesa, frivolitat i fum en què han entrat el periodisme i la política, aquí i a tot arreu”, argumenta Boix. “Mirem de fugir de l'agenda i del marc que estableixen les plataformes, les xarxes, els partits, les institucions, els *influencers*, els algoritmes i els consumidors compulsius. Oferim repòs. Això té futur? Els creadors de digitals que neixen i moren cada dos per tres pensen que no en té? Bé, ells mateixos. *El Ciervo* mai no va pensar a arribar als cinc, als deu, ni als vint, quaranta o cinquanta anys. Ni als setanta. El futur són els pròxims dos mesos, el número següent. O sigui, setanta anys i dos mesos”, assegura Boix. Ç

# NOTÍCIES (DES) DEL SUD

Radiografia dels darrers vint anys de periodisme a les Terres de l'Ebre

TEXT SONIA CASTELLÓ I TORÀ  
FOTOS JOAN REVILLAS

**El Pla Hidrològic Nacional que va planificar el Govern espanyol de José María Aznar fa vint anys va suposar l'inici d'un potent moviment social de defensa de les Terres de l'Ebre que va arrossegar el periodisme ebrenc a una de les seues millors èpoques, tant pel que fa a recursos com a producció de notícies d'abast nacional. Però anys després, les diferents crisis econòmiques, sobretot, els nous reptes digitals i la pèrdua de força mediàtica de la lluita antitransvasista han posat el periodisme del sud de Catalunya en una situació delicada.**



Manifestació de la Plataforma en Defensa de l'Ebre del 2014 al pont Lo Passador, entre Sant Jaume d'Enveja i Deltebre

“El Plan Hidrológico Nacional creará el mayor trasvase de España con agua del Ebro”. Este titular de la portada d’*El País* del 31 d’agost de 2000 confirmava un rumor que venia de llarg: estava en marxa un nou transvasament del riu Ebre. No era el primer projecte sorgit de Madrid per detraure aigua del tram final del riu. De fet, a principi dels anys vuitanta ja s’havia perdut la batalla del minitransvasament de Tarragona. Amb tot, la nova quantitat que es preveia transvasar —1.050 hectòmetres cúbics anuals—, era d’una magnitud inesperada. Tant que, en l’edició següent, els setmanaris *La veu del Baix Ebre* i *L’Ebre* van titular a tota pàgina, respectivament: “Brutal transvasament” i “Madrid vol espoliar l’Ebre”.

Els fets es van començar a succeir a una velocitat vertiginosa amb aquell “espoli” que arribava amb la forma d’un “brutal transvasament”. Es va posar en marxa en poques setmanes la Plataforma en Defensa de l’Ebre, que lideraria un combatiu moviment que va saber mobilitzar la societat de les quatre comarques del sud de Catalunya. Durant anys, el territori havia covat

## ENMIG DE TOT EL TSUNAMI DE L'OPOSICIÓ AL TRANSVASAMENT, ES VA VIURE L'EDAT D'OR DEL PERIODISME EBRENC

un sentiment d’abandonament per part de les administracions superiors. I, de sobte, en l’inici del nou mil·lenni, tot va esclatar.

### A PRIMERA LÍNIA

L’escàndol arribaria amb el projecte de transvasament a Barcelona i el llevant espanyol, però també amb la proliferació de projectes eòlics a la Terra Alta, els plans de la multinacional Enron d’instal·lar a Móra la Nova una polèmica central tèrmica i la construcció d’un macroabocador a Tivissa.

L’oposició de la societat ebrenc a projectes d’extracció dels recursos naturals

del territori va convertir les Terres de l’Ebre en un referent de les lluites socials i en un dels epicentres de l’actualitat no només catalana, sinó també espanyola. El territori perifèric, el sud del sud, havia aixecat la veu i esdevenia de cop focus de la notícia. I així va nàixer l’edat d’or del periodisme ebrenc contemporani. Els periodistes locals, acostumats a explicar habitualment l’actualitat local només en

**“TENIM UNA IDIOSINCRÀSIA TAN PECULIAR QUE PER A ENTENDRE-LA ÉS IMPORTANT XAFAR EL CARRER, SER-NE PART”** Víctor Sorribes, TV3

clau interna, van haver d’acostumar-se de cop i volta a explicar el territori i els motius a un audiència molt més àmplia. I diàriament.

“Entràvem cada dia als informatius nacionals per explicar el que estava passant”, recorda Josep Baubí, president de la demarcació de l’Ebre del Col·legi de Periodistes de Catalunya i aleshores corresponsal de Catalunya Ràdio. “Va ser el moment més dolç del periodisme a l’Ebre; hi havia corresponsals de pràcticament tots els grans mitjans i agències”, diu. Enmig del tsunami de

l’oposició al transvasament proposat pel Govern d’Aznar, els periodistes ebrencs van ser testimonis, relators i actors dels fets. I l’actualitat va esdevenir una escola de periodisme de primera línia. “Vam aprendre a fer periodisme de trinxera, amb fets noticiables que se succeïen continuament”, afegix Baubí.

### UN TERRITORI PECULIAR

Tot plegat, va fer que els grans mitjans es fixessin en les Terres de l’Ebre, un territori situat en la ròtula dels Països Catalans i amb unes característiques i dinàmiques molt específiques. “És un territori geogràficament mot peculiar, travessat pel

riu Ebre, amb el Delta i la seua importància mediambiental; si bé també molt poc poblat i amb poc múscul econòmic, de manera que periodísticament parlant els temes mediambientals són els més noticiables”, valora Víctor Sorribes, originari de Deltebre i corresponsal de TV3 a les Terres de l’Ebre.

El transvasament i la lluita social que va generar va fer que tothom es fixés en el sud i que prenguéssin valor el fet d’informar des del territori. “No és el mateix informar des de la

distància que fer-ho amb un periodista al peu del canó; perquè en este territori tenim una idiosincràsia social i cultural tan peculiar que per a entendre-la és important xafar el carrer, ser-ne part, parlar amb la gent. A vegades hi ha cert recel cap als mitjans de fora i, l’any 2000, es va veure com n’era, d’important, això d’informar del territori des del territori i entenent el context social del lloc del qual s’informa”, reflexiona Sorribes.

La proximitat amb la notícia i el coneixement profund d’un territori com les Terres de l’Ebre, però, també té limitacions. “Tenim el factor a favor del domini del territori, encara que les dimensions de les redaccions, molt reduïdes, no permeten als periodistes l’especialització”, argumenta Sílvia Tejedor, cap d’Informatius de Ràdio Ebre-Cadena SER, amb seu a Tortosa. “A vegades, tinc enveja sana d’altres companys de redaccions més grans que treballen, per exemple, temes propis de medi ambient o de memòria històrica fantàstics i que aquí, per manca de temps i de recursos, no podem fer”, afegix.

### CONDICIONS DESFAVORABLES

El boom informatiu ebrenc es va mantenir fins que, el juny de 2004, el Govern espanyol del socialista José Luís Rodríguez Zapatero va derogar el transvasament de l’Ebre. I amb este fet va començar a

## TESTIMONIS DE LA COHESIÓ D'UN TERRITORI

La tempesta perfecta de projectes de generació d'energia i d'aprofitament de l'aigua de l'Ebre que es va generar a principi del mil·lenni va ser percebuda per la societat ebrenc com un atac per part d'unes administracions superiors que els havien girat l'esquena. I este sentiment de greuge va aconseguir fins i tot recosir les costures internes del territori. "Hi va haver una alineació de planetes que va fer que fins i tot la Ribera d'Ebre i la Terra Alta, que tradicionalment havien tingut menys afecció cap al Baix Ebre i el Montsià, comencessin a tenir més acceptació cap al fet ebrenc", reconeix Jordi Duran, filòleg i periodista riberenc.

Tant va ser així, que el Govern de Jordi Pujol, en un intent d'apaivagar el descontent ebrenc, va descentralitzar l'administració de la Generalitat i va crear la Delegació del Govern a les Terres de l'Ebre. El reconeixement administratiu del sud per part de la Generalitat va servir d'exemple i, posteriorment, diversos col·legis professionals van apostar també pel reconeixement del tret diferencial ebrenc. Entre aquests, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, que l'octubre de 2001 va crear la demarcació de les Terres de l'Ebre.

Els mitjans de comunicació locals i nacionals van esdevenir testimonis i altaveus de tot este procés de naixement d'una nova realitat administrativa i territorial. En els temps que el desplegament de les xarxes socials era a les beceroles "els que van transmetre i fer visible esta nova realitat anomenada *Terres de l'Ebre* a la resta del país vam ser els periodistes", analitza Victor Sorribes. "Els mitjans de comunicació també poden crear realitats, i aquí hi van ajudar", afegeix.



Rodes cremant a l'AP-7, a l'alçada de l'Ampolla, durant les protestes dels CDR a final del 2018

desinflar-se la bombolla periodística del sud. Es van perdre corresponsalies i les que es van mantenir van veure com es reduïen a poc a poc els encàrrecs. I amb la crisi econòmica iniciada el 2008 va començar un degoteig d'acomiadaments i de reduccions de plantilles dels mitjans locals que van encendre totes les alarmes. Tant, que els periodistes ebrencs van participar en la manifestació de l'1 de maig de 2013 a Tortosa amb el crit de "Sense periodisme no hi ha democràcia".

Des d'aleshores, el territori ha seguit generant notícies d'interès nacional, com ara la crisi sísmica del projecte Castor o la polèmica encara vigent del monument franquista de la Batalla de l'Ebre situat al mig del riu a Tortosa. Tot i així, els mitjans i els periodistes del territori han hagut d'encarar estos nous fronts amb unes condicions molt més desfavorables que les de fa vint anys. A banda de l'aprimament de les plantilles dels mitjans, el canvi de model i de dinàmiques informatives generades pels mitjans digitals i les xarxes socials també hi han posat la seua part.

Així, la immediatesa imposada per les xarxes fa que s'acabin reproduint a tots els digitals totes les notes de premsa que arriben, sense que molts cops se'n faci un treball previ de contrastació o d'elaboració. "Alguns mitjans acaben fent de taulers de notes de premsa quan la feina del periodista hauria de ser buscar, elaborar, explicar la notícia", diu Sílvia Tejedor.

La fuga de talent és també una altra de les preocupacions actuals del periodisme ebrenc. "La gent no s'està guanyant la vida amb el periodisme a l'Ebre i la precarietat, la manca de criteri periodístic, les coaccions polítiques i altres elements estan provocant que molts companys abandonin la professió", lamenta el president de la demarcació ebrenc del Col·legi de Periodistes. Anna Ferràs, periodista de l'Agència Catalana de Notícies i originària d'Horta de Sant Joan, fa ús del llenguatge pandèmic per a definir la situació del periodisme ebrenc: "Tinc la

El Col·legi ha adaptat els espais disponibles per tal que les col·legiades i els col·legiats pugueu portar-hi a terme la vostra activitat professional.

Aquests espais estan pensats per treballar, fer reunions o similars de manera puntual. Si necessiteu un espai fixe, poseu- vos en contacte amb nosaltres i us indicarem quins espais hi ha disponibles (espais de coworking, despatxos, etc...).



# LA CASA DELS PERIODISTES ENCARA MÉS A PROP!

Per a més informació:  
[www.periodistes.cat/serveis/disponibilitat-de-sales-reservasales@periodistes.cat](http://www.periodistes.cat/serveis/disponibilitat-de-sales-reservasales@periodistes.cat)



sensació que sobreviuen amb respirador, som a l'UCR". "Tots hem començat i hem necessitat aprendre dels més veterans, tanmateix molts han marxat i amb ells es perden referents i s'instauren unes dinàmiques que són preocupants", adverteix.

## DEIXAR LA PROFESSIÓ

La marxa de periodistes cap a altres camps s'ha accelerat en els darrers temps. Afecta periodistes que ja exercien el periodisme a l'Ebre de fa molts anys, encara que també hi ha casos de gent jove que han apostat pel canvi. És el cas de la Júlia Albesa, d'Aldover. Després d'uns pocs anys treballant en una de les televisions locals, ha decidit aparcar el periodisme i apostar per obrir una llibreria a Tortosa. Albesa enumera diferents factors a l'hora d'explicar el perquè del canvi: el territori ofereix poques alternatives als periodistes que volen canviar de lloc de feina, els nous periodistes no troben a les redaccions referents de qui aprendre, les jornades laborals són llargues; i també manquen d'independència respecte dels poders locals. "A vegades sembla que o t'adaptes al que hi ha o has de marxar. Quan el periodisme acaba estant al servei d'altres coses, potser millor deixar-ho", diu amb convicció.

El periodisme ebrenc conté la respiració, doncs, i sobreviu a l'espera de temps millors i d'un canvi de mentalitat del mateix sector i de la societat per entendre que el bon periodisme és imprescindible en democràcia i que això passa per reivindicar-ho des de les mateixes redaccions i des del carrer. L'any passat, Sílvia Tejedor i el també periodista tortosí Ximo Rambla van ser els pregoners de les festes majors de Tortosa. En aquell pregó, que va ser llegit a dos veus, ho van resumir tot plegat de la manera següent: "És molt bonic parlar de com la societat ha d'estar informada, però potser no agrada tant entendre que la bona informació l'han d'escriure professionals amb unes condicions laborals dignes, com les que reclama qualsevol altre sector". Ç



El moment àlgid, periodísticament i socialment parlant, va ser el moviment contra el transvassament.



## UN MAPA INFORMATIU DESIGUAL

Abans de la Guerra Civil, a les comarques de l'Ebre s'editaven nombroses publicacions escrites, tant d'informació general com d'entitats culturals i socials. A tall d'exemple, només a la ciutat de Tortosa s'editaven quatre diaris i onze revistes i setmanaris. Res de tot això no va sobreviure. I no va ser fins a mitjan anys cinquanta que es va tornar a editar a la capital del Baix Ebre una publicació d'informació general com va ser *Bajo Ebro*. A la Ribera d'Ebre, en canvi, la represa periodística va arribar una mica abans, amb una capçalera vinculada a Falange que, amb el pas del temps, es va anar transformant fins arribar a l'actual *La veu de Flix*.

A poc a poc, a banda de començar-se a editar arreu de les quatre comarques publicacions lligades a entitats socials i culturals, van crear-se una xarxa de ràdios municipals vinculades als ajuntaments i van anar apareixent mitjans privats. D'entre estos mitjans privats, i deixant de banda les publicacions municipals i les d'entitats, sobreviuen al territori amb redacció pròpia el *Diari de Tarragona*, les televisions Canal 21 i Canal Terres de l'Ebre -que cobreixen les quatre comarques ebrencs-, les emissores Ràdio Ebre i Ràdio Móra d'Ebre, vinculades a la Cadena SER, i diversos mitjans digitals -com *Marfanta*, *Aguaita*, *Surtdecasa* o el recent *Apropebre*- i gratuïts com *Un cop d'ull*, *Més Ebre* o *l'Estel*. A banda, al territori s'hi mantenen professionals de TV3 i de l'Agència Catalana de Notícies, si bé s'han perdut corresponalsies de diversos diaris nacionals.

Per comarques, a més, el repartiment és molt desigual, amb una concentració de mitjans al Baix Ebre -sobretot, a Tortosa- i en menor grau, al Montsià. A la Ribera d'Ebre i a la Terra Alta s'hi mantenen, a banda dels casos enumerats anteriorment, algunes emissores municipals, amb diferents graus d'activitat, i Ascó Televisió, que es nodreix amb fons de l'Ajuntament d'Ascó.

FAMÍLIA  
**TORRES**  
Desde 1870

## MÉS ENLLÀ DE LA SOSTENIBILITAT

CINC GENERACIONS COM A PRODUCTORS DE VI ENS AJUDEN A TENIR PERSPECTIVA. CREIEM QUE ÉS NECESSÀRIA UNA NOVA MANERA D'ENTENDRE EL VI PER FER FRONT AL CANVI CLIMÀTIC. AMB AQUESTA VISIÓ HEM ACONSEGUIT ABAIXAR LA NOSTRA PETJADA DE CARBONI EN UN 30% ALhora QUE RECUPEREM VARIETATS DE RAÏM ANTIGUES I APOSTEM PER LA VITICULTURA ORGÀNICA. MÉS ENLLÀ DE LA SOSTENIBILITAT, EL NOSTRE LLEGAT ÉS TENIR CURA DE LA TERRA PER A LES FUTURES GENERACIONS.

*Miquel A. Torres*







# LA VIDA INTENSA D'HORACIO SEGUÍ

El veterà fotògraf, tot un referent del fotoperiodisme, va retratar una època

TEXT MARGA DURÁ  
FOTOS HORACIO SEGUÍ

És un pioner del periodisme gràfic que amb la seva càmera ha congelat l'essència de quatre dècades decisives: va començar als anys seixanta, un temps en què el fotoperiodisme estava per definir, i va continuar fins ben entrats els noranta, lluitant pels drets de la professió. En un pis de barri barceloní de les Corts, es troben dues habitacions que contenen un tros de la nostra història. En una, Ringo Starr dona cops a la bateria presidint l'elenc d'estrelles de futbol, de mites de la música, de polítics i de celebritats de tots els pelatges que decoren les parets. Ens trobem al domicili del fotògraf Horaci Seguí.

No només les parets abarrotades de retrats conserven l'empremta de la història recent. Amb noranta-dos anys, aquest mestre del fotoperiodisme conserva una memòria prodigiosa, capaç de recordar fins al més mínim detall succeït abans i després que disparés cada imatge.

## FOTÒGRAF PER CASUALITAT

Seguí va créixer en la cultura de la pluriocupació de la postguerra, en la qual la por a la fam atíava la creativitat. Va iniciar la vida laboral amb dues feines: al Banco

Hispanoamericano i en una sabateria. Al soterrani d'aquest establiment, el fill dels propietaris havia muntat un rudimentari laboratori de revelat que, immediatament, li va cridar l'atenció. El jove, en veure el seu interès, li va vendre una càmera que ja llavors era antiga: s'havia fabricat el 1920. Seguí encara conserva aquesta petita relíquia negra rectangular de cent dos anys, que mostra amb orgull i que obre amb destresa per explicar-ne el funcionament.

Amb aquesta càmera va idear una manera d'augmentar els seus ingressos: retratar els equips de futbol de barri durant els partits. Ell en formava part d'un i feia la foto

## AQUEST PIONER DEL PERIODISME HA IMMORTALITZAT QUATRE DÈCADES –DELS ANYS SEIXANTA ALS NORANTA– EN IMATGES

d'equip dels contrincants per després sol·licitar a un d'ells perquè premés el disparador per retratar el seu propi equip amb

ell inclòs. Posteriorment revelava les fotos, tot seguint les indicacions que li donaven o llegint les recomanacions d'una revista especialitzada, i les venia.

Paral·lelament, depurava la tècnica fotogràfica dels companys de banc. Aquests van recaptar fons per regalar-li una nova càmera, amb la qual es va foguejar quan l'entitat va obrir el club Hispamer, que el dissabte a la nit ofería concerts amb joves promeses de la cançó. També va captar un altre panorama musical menys normatiu i elegant, el que tenia

lloc als cabarets de mala reputació on s'ajuntaven transvestits i prostitutes. «Cada nit feia fotos fins a les tres o les quatre de

**A noranta-dos anys, Horacio Seguí és un dels grans noms de la fotografia catalana i espanyola. Malgrat que es va especialitzar en la fotografia esportiva, també va immortalitzar altres àmbits com el musical i el polític. I va ser dels que va defensar, amb convicció, els drets d'autoria del col·lectiu. El seu valuós llegat és la crònica d'una època i per això el Col·legi de Periodistes està preparant una exposició sobre l'obra d'aquest veterà de la professió que manté intacta la pulsó que l'empenyé a treballar intensament. "Segueixo sent fotoperiodista", assegura.**



Seguí va immortalitzar el famós gol de Johan Cruyff a Miguel Reina el 1973. En pàgines anteriors, Horacio Seguí en l'actualitat. Foto: Juan Miguel Morales

la matinada i l'endemà a les vuit ja estava a l'oficina», recorda l'infatigable fotògraf.

Al banc, quan hi havia un casament o qualsevol esdeveniment, sempre es repetia la mateixa cantarella que va acabar sent una lletania coneguda per tots: "Que

dista", considera aquest vers lliure que va arribar a col·laborar amb vint-i-dos diaris sense casar-s'hi amb cap.

Tampoc no va transigir amb cap imposició. "Jo no feia fotos artístiques, captava la realitat. Per això, quan retratava grups per

a portades de discs, ho feia a l'aire lliure i no permetia que els artistes dirigissin la sessió ni decidissin com volien sortir", comenta. Trencado-

res, per exemple, van ser les seves fotos del grup Los Salvajes en els miralls còncaus i convexos del Tibidabo.

Amb aquest estil innovador es va guanyar el favor de la indústria discogràfica que el va contractar per a concerts i portades de discos. "Soc l'únic fotògraf d'aquest país que ha treballat per a totes les cases de discos", recorda amb orgull. Així va documentar els festivals més cèlebres del moment, des del de San Remo, al de la Cançó Mediterrània i el d'Eurovisió. D'aquest últim es van fer famoses les seves

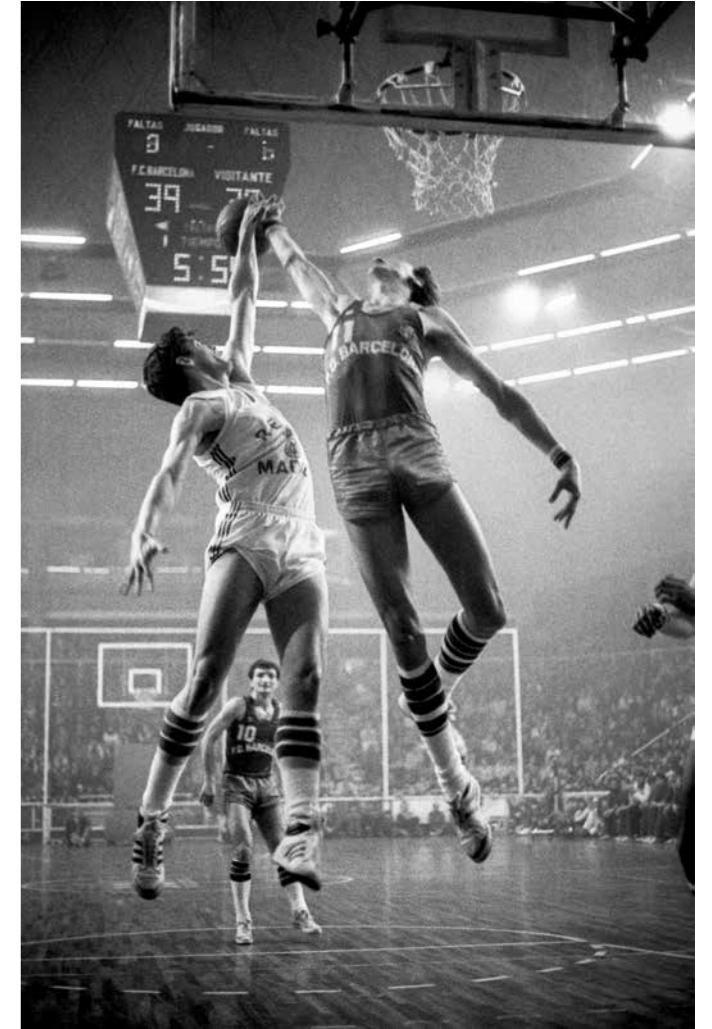
fotos de l'edició de 1968, a Londres, en què apareixia Massiel entonant el *La, la, la* que va resultar guanyadora. Per la seva òptica van desfil·lar Charles Aznavour, Carmen Sevilla, Lola Flores, Julio Iglesias, els Sirex, els Mustang, Guillermina Motta, Montserrat Caballé, Tom Jones... per citar-ne alguns.

### ESPORTS AMUNT I AVALL

La càmera de Seguí no només es va alimentar del glamur musical. També va destacar en la fotografia esportiva. El diumenge, el dia que es disputaven la majoria dels partits de futbol, assistia als diferents estadis en els quals se celebraven, ja fos en cotxe o en avió. Les hostesses de l'últim vol de Madrid a Barcelona el saludaven amb familiaritat quan embarcava i li indicaven que ja podia emprar el bany. Allà revelava els negatius per sortir del vol amb la feina feta i arribar a temps al tancament de l'edició. "He revelat fotos en avions, cotxes, hotels, en un safareig i fins i tot en una tauleta de nit... No he tingut caps de setmana i tampoc he fet vacances", assegura el prolífic periodista



Seguí va retratar diverses disciplines esportives. En aquesta imatge de 1969, a la dreta, Urtain, mesos abans de convertir-se en campió d'Europa



Seguí tenia un talent per congelar els moments decisius amb angles rupturistes en aquell moment, com en aquest Barça-Madrid de bàsquet de 1981

## VÀ SER UN VERS LLIURE QUE VA ARRIBAR A COL·LABORAR AMB VINT-I-DOS DIARIS SENSE CASAR-SE MAI AMB CAP D'ELLS

vingui l'Horaci". I de tant anar i demanar dies lliures que descomptava de les vacances, el 1963 va descobrir que s'havia fos les de dos anys. En aquell moment, va prendre una determinació: dedicar-se en exclusiva a la fotografia.

### PROFESSIONAL INDEPENDENT

Va saltar sense xarxa. Va rebutjar l'excedència que li va oferir el banc i mai no va treballar en plantilla per a cap mitjà de comunicació. "Quan un periodista s'acredita en el nom d'un diari, deixa de ser perio-

gràfic que també va obrir una botiga de fotografia amb laboratori de revelat que va regentar durant vint-i-set anys, fins a la jubilació el 1995.

A ell devem, a més, els cromos i els pòsters de futbolistes i equips que col·leccionaven els nens des dels anys seixanta fins als noranta. De tots els retrats d'estrelles de la pilota, els que recorda amb més afecte són els que li va fer a Johan Cruyff, a qui va conèixer el 1970, tres anys abans que fitxés pel Barça.

Aquell any el futbolista va estiuajar a Palma de Mallorca i quan va tenir notícia

"HE REVELAT FOTOS EN AVIONS, COTXES, HOTELS, EN UN SAFAREIG, EN UNA TAULETA DE NIT... NO HE TINGUT CAPS DE SETMANA NI VACANCES"

d'això, Seguí va informar el director de la revista *Barça* que ràpidament va convidar l'holandès a passar un dia a Barcelona perquè el fotoperiodista li fes un reportatge.

El jugador volia visitar la platja de Castelldefels i després d'acompanyar-lo, Seguí li

va fer de Cicerone per la Sagrada Família i la Rambla per acabar al Camp Nou, on es va enfundar la samarreta blaugrana i es va fer unes fotos

signant uns documents que suggerien la seva incorporació al club. Aquí es va forjar una amistat entre tots dos, bastant curiosa tenint en compte que llavors cap parlava



Fotografia a peu de pista, el 23 d'octubre de 1977, del retorn de Josep Tarradellas a Barcelona des de l'exili



Seguí va retratar diverses vegades a Núria Feliu, com en aquesta actuació al Palau de la Música

l'idioma de l'altre. Es van retrobar a Holanda i després, quan va fitxar pel Barça, aquest cop de veritat, Seguí es va convertir en el fotògraf oficial dels esdeveniments privats de la família Cruyff.

### LLUITADOR PELS DRETS D'AUTOR

La faceta com a fotoperiodista esportiu és la més coneguda, però la càmera d'Horaci Seguí no es va encasellar en aquest àmbit. També va retratar, entre altres personatges, Salvador Dalí, Charlie Rivel, Rita Pavone, Salvador Allende, Joan Miró i va immortalitzar l'arribada de Josep Tarradellas a Catalunya després de l'exili.

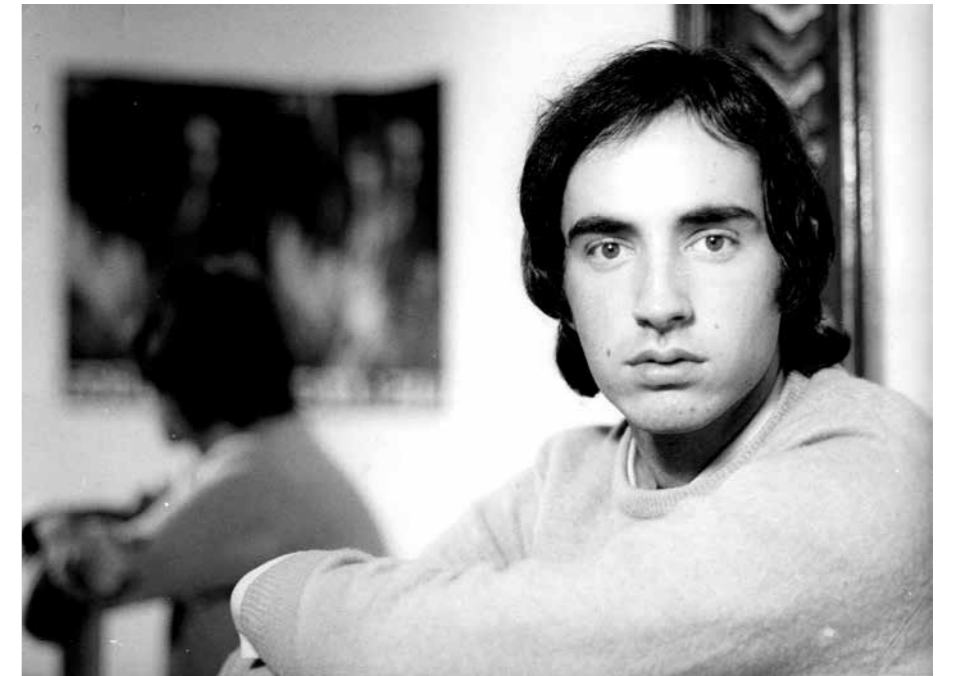
Les seves fotos són la crònica d'una època i d'un ofici, el del fotoperiodista. "Cap notícia era creïble sense una fotografia. Un redactor podia canviar el que havia succeït, si bé la foto, en aquell moment en el qual no es podia manipular com ara, testificava el que havia passat. Els fotoperiodistes som els que més ens la juguem, perquè som en primera línia, enganxats a la realitat", reivindica.

### ES VA ESPECIALITZAR EN FOTOGRAFIA ESPORTIVA, PERÒ TAMBÉ VA RETRATAR DALÍ, CHARLIE RIVEL, ALLENDE, JOAN MIRÓ O TARRADELLAS

Aquest orgull i convicció el va portar a rebel·lar-se contra normes que considerava injustes. En aquells dies, era habitual que el nom del fotògraf no aparegués en la notícia i que únicament la rubriqués el redactor. El nom de l'agència, del diari o un succint "arxiu" emmascaraven l'autoria

### VA SER DELS PRIMERS A ALÇAR LA VEU CONTRA LA DISCRIMINACIÓ DELS FOTÒGRAFS, QUE SOVINT VEIEN COM NO ELS SIGNAVEN LES IMATGES

desvalorant la professió. Aquestes fotografies posteriorment es reproduïen en altres mitjans, sense que el fotògraf fos reconegut i sense que cobrés drets d'autor.



Un jove Lluís Llach en un retrat amb un joc de miralls en què Seguí buscava una estètica innovadora

Horaci Seguí va ser un dels primers a alçar la veu contra aquella discriminació. I ho va fer formant part del grup de fotògrafs

de tot Espanya que es va declarar en vaga de càmeres caigudes el 1987 durant un Barça-Madrid. Mesos després es va aprovar la Llei de la propietat intel·lectual que va incloure la protecció a l'obra dels fotògrafs.

Els temps estaven canviant i el gremi es professionalitzava. Els fotògrafs que com Seguí havien après a enquadrar a força d'intuïció i a revelar de manera autodi-

dacta convivia amb aquells que clavaven els colzes per accedir a aquest coneixement i apropiarse al talent.

Seguí va continuar a peu del canó i va esdevenir el mentor d'alguns d'aquells joves i va retratar el curs d'una història molt diferent de la de les primeres fotografies.

La seva obra —que aviat es podrà veure en una exposició al Col·legi de Periodistes— va començar en l'ostracisme de la dictadura i va acabar amb la democràcia ben assentada. Més de quatre dècades van passar pel seu objectiu que es nega a descansar. "Jo no em vaig jubilar. El que va passar és que mai vaig entendre el funcionament de les càmeres digitals, que són les que ara utilitzen tots els mitjans. Ara bé, jo segueixo sent fotoperiodista", comenta mirant de reüll la seva primera càmera. Ç

# L'OCCASIÓ PERDUDA DE *TELE/ESTEL*

El setmanari, pioner en català en ple franquisme, no va saber crear-se una personalitat pròpia ni un públic fidel

TEXT JOSEP MARIA FIGUERES



L'estiu de 1966 va sortir *Tele/Estel*, la primera publicació impresa en català a l'Estat que no depenia de l'Església després de la Guerra Civil. Va ser una gran fita que va durar quatre anys, tot i alguna interrupció. El problema d'aquest setmanari és que, malgrat les signatures de prestigi que omplien les pàgines, no va aconseguir el tremp periodístic ni la coherència ideològica necessària i es va veure incapaç d'aixecar el vol, amb unes pèrdues econòmiques que van llastrar el projecte. Per tot plegat, *Tele/Estel* va acabar sent la "crònica d'una mort anunciada".

El 22 de juliol del 1966, va aparèixer un setmanari singular. Era la primera publicació no eclesiàstica, regular i pública, impresa totalment en català a l'Estat espanyol després de la Guerra Civil.

*Tele/Estel* va aparèixer com una concessió d'amistat a Carles Sentís i Ignasi Agustí, molt ben situats i amb ascendència, i confiança, amb els jerarques del règim franquista. Dos anys abans havia aparegut el diari *Tèle/eXprés*, i quatre mesos abans

així com entitats emblemàtiques. Aquell nou setmanari era al quiosc, a la llibreria, a l'espai dels diaris i revistes a la segona meitat del segle xx.

La intenció inicial del diari *Tèle/eXprés* era editar un suplement en català, però no va rebre l'autorització oficial per fer-ho. I va ser Sentís—director del diari després d'una breu i dura etapa amb l'escriptor Ignasi Agustí al capdavant

del rotatiu— que va moure els fils i en va preparar la sortida, però no com a suplement, sinó com a revista independent del diari. Segons

**TELE/ESTEL VA SER LA PRIMERA PUBLICACIÓ NO ECLESIASTICA, REGULAR I PÚBLICA, IMPRESA EN CATALÀ A ESPANYA DESPRÉS DE LA GUERRA CIVIL**

s'havia promulgat la nova llei d'impreses, coneguda com la Llei Fraga. Eren anys de reivindicació de la llengua catalana en els quals havien sorgit iniciatives diverses,

el periodista i crític literari Josep Faulí, va batejar la capçalera seguint la tònica del diari, ja que el setmanari s'editava i

elaborava des dels mateixes instal·lacions i s'imprimia a la mateixa rotativa.

## COL·LABORADORS I LUSTRES

El primer director va ser Andreu-Avel·lí Artís, *Sempronio*, un rostre amable del periodisme de postguerra, actitud que va adoptar fruit de la repressió franquista que prohibia l'activitat dels periodistes catalanistes i liberals. *Tele/Estel* era una revista d'actualitat amb seccions fixes, si bé *Sempronio* no només va fer una publicació de folklore i amenitats, com corria la brama, sinó que va obrir la porta a un gran ventall d'exiliats i escriptors.

Entre les signatures del setmanari hi havia noms com Jaume Miravittles, Josep Faulí i el mateix *Sempronio*. O Pere Calders amb la secció "Pas a desnivell". Molts exiliats van trobar les portes obertes de la



publicació. És el cas de Xavier Benguerel, Joaquim Ventalló, Joan Alavedra, Teodor Garriga, Domènec Guansé, Rafael Tasis o Josep Lladó. I també hi havia noms progressistes com Manuel de Pedrol o Fèlix Cucurull, que alternaven amb els més conservadors com Octavi Saltor o Carles Sentís. I no hi faltaven escriptors reconeguts com Baltasar Porcel, Josep Maria Espinàs o Joan Fuster, a més de periodistes professionals com Rafael Prada, Josep Maria Cadena o Josep Tarin Iglesias.

dir intranscendent, malgrat l'alt interès del contingut. Un exemple són els articles de Joan Alavedra sobre Pau Casals, les opinions de Pere Calders o els articles —escasos— d'escriptores com Mercè Rodoreda

o Aurora Betrtrana, al costat d'altres noms, també de prestigi, com Joan Fuster, Francesc Vallverdú, Agustí Duran i Sampere o Ramon Folch

## L'APARICIÓ ÉS UNA CONCESSIÓ A CARLES SENTÍS I IGNASI AGUSTÍ, BEN SITUATS I AMB ASCENDÈNCIA AMB ELS JERARQUES DEL RÈGIM FRANQUISTA

Eugeni Xammar, en un article de final de 1967 a *Mirador*, reconeixia que, tot i que els impulsors del setmanari eren afins al Règim, els que hi escrivien no ho eren. “Jo entenc que els setmanaris catalans franquistes haurien d'ésser obra exclusiva de catalans franquistes, d'escriptors catalans franquistes (...), però he de reconèixer que la majoria dels escriptors, periodistes, poetes, cronistes, etc. que escriuen a *Tèle/Estel* no són franquistes; diré encara més, no tenen res de franquistes. Tanmateix (...) donen els seus treballs, les seves firmes i el seu prestigi, a una publicació autènticament franquista”.

### SENSE NERVI

El problema de *Tèle/Estel*, però, era que el conjunt dels articles era, a nivell ideològic, poc substancial. El to de la publicació era un esperit de publicació atemporal per no

i Camarasa, entre altres. Individualment, eren textos de vàlua encara que el conjunt estava mancat de temp periodístic. Faltava una anàlisi i un debat a la redacció, com sí que feia, per exemple, *Serra d'Or*

## HI VA ESCRIURE GENT COM XAVIER BERENGUÉ, BALTASAR PORCEL, MERCÈ RODOREDÀ, AURORA BERTRANA, JOSEP MARIA ESPINÀS O PERE CALDERS

amb reeixits números monogràfics i un dinamisme general. I el problema de *Tèle/Estel* és que no existia una base popular de lectura de premsa en català, mentre que la intel·lectual ja anava servida.

L'absència de política, de temàtiques vives i punyents, com a *Tele-eXprés*, provocava que no existís un nervi comú que abraçés democràcia, actualitat i periodisme i de

retruc el desinterès del públic. Era una mena de *Reader's Digest* en petit i en color a la catalana que, en conclusió, no tenia prou públic per a mantenir-lo. La connexió amb la resistència cultural que, per

exemple, va portar a terme *Presència*, amb expedients i multes, contrastava amb l'absència de conflictes a *Tèle/Estel*.

Al juliol de 1968, *Sempronio* admetia en un article la importància de l'existència del setmanari, però en reconeixia la impotència, perquè no tenia els ingredients que el públic demanava. “Als dos anys de l'aparició, el nostre setmanari pot ja establir-se les declaracions solemnes. La seva col·lecció parla per ell. Hi falten encara moltes coses. Ja ho sabem. I no passa dia sense que ens trenquem el cap pensant

Premi Turístic Internacional  
**32è Pica d'Estats**  
Premsa / Ràdio / TV / Internet

**OBERT EL  
TERMINI DE  
PRESENTACIÓ  
DE TREBALLS**

de l'1 al 31  
d'octubre de 2021



## BASES

### PREMI INTERNACIONAL DE PERIODISME TURÍSTIC

#### BENEFICIARIS

El 32è Premi Turístic Internacional “Pica d'Estats”, que convoca el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, va adreçat als autors de treballs periodístics publicats en qualsevol suport (premsa escrita, ràdio, televisió i Internet) i produïts en qualsevol idioma que tinguin com a prioritat la difusió turística de les comarques de Lleida.

#### REQUISITS

Els treballs han d'haver estat publicats i produïts en el període comprès entre el 19 d'octubre de 2019 i el 30 de setembre de 2021. En el cas dels treballs transmèdia, els autors només podran optar a una categoria, a excepció de la fotografia. Un mateix autor o autors només podran presentar un màxim de tres treballs per categoria, prioritzant aquella que considerin que reflecteix amb més fidelitat el llenguatge del mitjà, a excepció de la fotografia, on podran optar en dues categories.

#### FORMAT DE PRESENTACIÓ

Els treballs candidats als premis s'hauran de presentar atenent els requeriments formals:

- **Periodisme imprès:** original de la publicació en què va aparèixer o en format pdf.
- **Ràdio i televisió:** gravació de les informacions o dels reportatges que es presentin. En el cas de programes informatius, una selecció de tres programes unitaris tal com es van emetre.
- **Internet:** lliurament del treball tal com s'ha publicat al web, ja sigui en CD multimèdia, arxiu HTML, arxiu Flash, JPEG, GIF o impressió en paper.

#### PREMI

La dotació econòmica és de **45.000 €** i es distribueix de la manera següent:

- **1 premi especial de 10.000 €** al millor treball d'entre les 8 categories del guardó.
- **7 premis de 5.000 €** per a cadascun dels guanyadors de les categories restants.

#### CATEGORIES

El premi es divideix en 8 categories diferents en funció del suport del projecte:

- Premsa escrita.
- Ràdio.
- Televisió.
- Premsa especialitzada en viatges i turisme.
- Reportatge fotogràfic.
- Premsa internacional, al millor treball publicat o emès a l'estranger.
- Mitjans de comunicació local, al qual podran optar tots els mitjans de comunicació de les Terres de Lleida.
- Internet: portals informatius, reportatges, multimèdia interactius o d'altres formats digitals publicats a Internet o a les xarxes socials.

#### JURAT QUALIFICADOR

El jurat estarà format per reconeguts professionals del món de la informació i la comunicació, nomenats per resolució del president del Patronat Intercomarcal de Turisme “Terres de Lleida”. El jurat es reunirà a la ciutat de Lleida el dissabte 5 de febrer de 2022.

#### INSCRIPCIONS I TERMINIS

La butlleta d'inscripció i els treballs hauran de ser lliurats pels autors, o per qualsevol persona o entitat que n'acrediti el consentiment, en el **termini comprès entre l'1 i el 31 d'octubre de 2021**, ambdós inclosos.

Forma de presentació (Article 5 de les Bases reguladores del Premi “Pica d'Estats”):

[La presentació de la sol·licitud/butlleta](https://www.aralleida.cat/pica/)

d'inscripció i els treballs es podrà fer mitjançant els següents procediments:

#### 1.- De forma telemàtica:

La sol·licitud butlletí i els treballs periodístics s'hauran de presentar mitjançant la Instància genèrica de l'apartat tràmits electrònics de la pàgina web del Patronat de Turisme <https://www.aralleida.cat/tramits-electronics/>.

Requisits:

- Per poder fer el registre en línia cal disposar d'un sistema de signatura electrònica vàlida.
- La sol·licitud-butlleta d'inscripció s'haurà d'emplenar digitalment, tenir format PDF i estar signada electrònicament.
- En el cas que la documentació que s'hagi d'adjuntar (treballs periodístics) ocupi més de 20MB i per tant no sigui possible trameure per instància genèrica, es podrà lliurar mitjançant un enllaç a un fitxer descarregable a través de l'adreça de correu electrònic [info@aralleida.cat](mailto:info@aralleida.cat).

En aquest cas, s'haurà d'indicar el número de registre assignat a la butlleta presentada prèviament, en el títol del document presentat i en la tramesa.

#### 2.- De forma presencial:

S'hauran de presentar al Registre del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida (Rambla Ferran, 18, 3r. 25007 Lleida), amb cita prèvia al correu [info@aralleida.cat](mailto:info@aralleida.cat).

#### 3.- Per correu certificat:

Enviar adjuntant una fotocòpia del DNI a: Premi “Pica d'Estats” Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida Rambla Ferran, 18, 3r 25007 Lleida.

La sol·licitud/butlleta d'inscripció adreçada al president del Patronat de Turisme es troba a la pàgina web del Patronat de Turisme <https://www.aralleida.cat/pica/>

[www.aralleida.com/pica](https://www.aralleida.com/pica)



Diputació de Lleida  
Patronat de Turisme





d'on sortiran aquestes coses que falten, que els impacients ens demanen que nosaltres volem oferir-los com més aviat millor", escriu.

Una altra article resumeix els problemes de fons: "Ningú no ha estimat *Tele/Estel* més que jo", escrivia en Terenci Moix a *Serra d'Or* el juliol de 1969. "Però és possible que ningú no hagi engegat tantes malediccions a cada número, de veure com hom perdía les possibilitats de fer que el públic (no els típics casolans de la vora de la llar de foc) sentís que *Tele/Estel*

## MALGRAT ELS NOMS QUE HI COL·LABORAVEN, EL PROBLEMA ÉS QUE EL CONJUNT ESTAVA MANCAT DE TREMP PERIODÍSTIC I DE COHERÈNCIA IDEOLÒGICA

era un element necessari de lligam entre Catalunya i el món, ai las!!", afirmava l'escriptor, que criticava que molts que hi escrivien no eren aquells que formaven part d'una "cultura catalana viva". La con-

clusió de Moix era dura i clara: "*Tele/Estel* va ser la contribució més inapreciable que cap poble del món hagi fet mai a una antologia de la necrofilia".

### FINAL D'ETAPA

A partir de 1969, el segon i darrer director va ser Celestí Martí Farreras, que es va veure impotent davant l'estigma que havia assolit la revista de publicació intrascendent. En realitat, però, el setmanari era molt semblant en les dues direccions i no podia

aixecar el vol. L'estiu del 1969, es va aturar provisionalment la publicació, que es va reprendre al setembre, tot i que de manera efímera, ja que al desembre finalment va desaparèixer. Era la "crònica d'una mort anunciada".

Els lectors havien anat abandonant la revista i les xifres de tiratge útil i difusió es consoliden en els 20.000 exemplars, tot i alguna puntual davallada, com passa al juny del 1969, que cauen fins als 9.867. La represa no permet la continuïtat, passen dels 34.392 del setembre als 17.524 del desembre i cap de les millores i canvis són suficients.

En Faulí, que va consultar-ne la documentació interna, va escriure que es va passar dels 90.000 exemplars de l'any 1966 als 20.000 del període 1968-69 per acabar en els 9.000 quan finalment la revista deixa d'editar-se.

El darrer número va sortir el 19 de juny de 1970.

La situació econòmica de la revista també anunciava aquell final. La revista perdia gairebé 750.000 pessetes cada mes. Ni el preu de la venda -15 pessetes l'exemplar- ni la publicitat -unes 180.000 pessetes mensuals- no eren suficients per pagar el cost de la publicació, que anava a càrrec de *Tele/Expres*. Això explica que, segons en Faulí, el setmanari fos un "paràsit".

*Tele/Estel*, doncs, va ser una revista sense capacitat ni marge per enlairar la bandera democràtica. En ple franquisme, de sensibilitat catalanista profunda i sense un sentit clar de connexió amb un perfil de públic concret, el projecte era difícil. Faulí ho va descriure de manera diàfana quan va dir que anava adreçada a públics molt diferenciats. El problema és que no podia criticar el Règim que la controlava des del seu naixement. I el periodisme, per essència, ha de ser crític. I *Tele/Estel* no ho era.

Malgrat que aspirava a ajudar a cohesionar la societat catalana, no se'n va sortir. Agustí a les seves memòries escriu que va ser una revista dels irredempts que havien perdut la guerra i que s'havia d'haver fet com els que s'editaven en castellà a Barcelona, però en català. L'exili i els moderns també la criticaven, els lectors cultes la trobaven excessivament divulgativa, mentre que el públic popular la veia massa culte. Aquell nen amb l'estel que tan tendrament va dibuixar Cesc en l'anunci promocional del setmanari volava sol al món dels records, tot i així, ningú no el llegia... Ç

Més informació a:

*Premsa i periodisme. El periodisme en la reconstrucció de la identitat catalana* › (Pòrtic, 2002) de Josep Maria Figueres.

*Tele/Estel, Arreu, Oriflana, Canigó i Presència: cinc revistes catalanes entre la dictadura i la Transició* › Col·lecció "Vaixells de Paper" (Col·legi de Periodistes / Diputació de Barcelona, 1987) de Josep Faulí i altres autors.



# GAUDEIX DEL SABOR DEL MOMENT



SENT EL GUST®

# LA LLOSA DEL CONFLICTE

Els mitjans nord-irlandesos funcionen amb el mateix patró sectari quasi un quart de segle després dels Acords de Divendres Sant

TEXT DAVID MESEGUER



Els murals al voltant del conflicte polític –a la imatge, un del bàndol republicà– són una herència dels anys convulsos a Irlanda del Nord. Foto: PA Images / Alamy

Tot i l'absència de lluita armada, la complicada convivència entre unionistes i republicans és el principal indicador que el conflicte polític segueix latent. Una polarització de la societat que afecta tots els aspectes de l'esfera social, també el mediàtic. En aquesta conjuntura, periodistes i mitjans d'Irlanda del Nord acostumen a seguir el mateix patró sectari que abans de la signatura dels acords de pau de 1998. Tot i alguns avenços, com donar més veu a les víctimes, aspectes com la tria de les fonts o l'ús del llenguatge van en consonància amb una línia editorial enfocada a defensar els interessos de les respectives comunitats.

aconseguir certa transversalitat, sí que van experimentar una evolució discursiva respecte de la seva posició envers el pla

“El compromís ideològic dels periodistes en condiciona la tasca informativa. En rutines professionals com la selecció de fonts parcials i l'ús del llenguatge preval el desig de construir discursos homogenis abans que la recerca de la diversitat de relats”. Aquesta era una de les principals conclusions de l'estudi sobre el paper dels diaris en el procés de pau nord-irlandès publicat el 2014 per Francisco Cortez-Lobão, doctor en Comunicació per la Universitat de Santiago de Compostel·la. En l'article acadèmic, l'investigador analitza diferents peces informatives dels rotatius *The Irish News* (nacionalista) i *The News Letter* (unionista) publicades entre 1993 i 2007, és a dir, abans i després dels Acords de Pau de Divendres Sant de 1998.

Cortez-Lobão assenyala que els dos diaris més importants d'Irlanda del Nord, juntament amb el *Belfast Telegraph*, que ha representat històricament els interessos de l'unionisme moderat, però que ha dut a terme una transformació editorial fins

## L'ÚS DE FONTS I DEL LLENGUATGE MOSTREN COM ELS MITJANS D'AMB DÒS BÀNDOLS MANTENEN DISCURSOS HOMOGENIS

de pau, passant de l'escepticisme a l'aprovació, si bé s'han mantingut enrocats en l'acèrrima defensa dels interessos de les respectives comunitats. Observem, doncs, com l'estudi mediàtic realitzat fins al 2007 determina que l'èxit polític dels acords de pau distava encara molt de ser un èxit social. I actualment? Segueix vigent aquesta polarització de la societat nord-irlandesa? Si fos així, com afecta en el relat dels mitjans i en el dia a dia dels periodistes?

### ALLÒ QUE SÍ QUE HA CANVIAT

“La cobertura mediàtica ha evolucionat en paral·lel al procés polític. Per exemple, el moviment del Sinn Féin ha virat cap a un partit constitucional i ha provocat que la mirada dels mitjans canviï i sigui tractat

com la resta de formacions, i ja no només sigui vist com el braç polític de l'IRA”, explica John Manley, corresponsal polític del diari *The Irish News*, alineat editorialment amb el nacionalisme constitucionalista.

“Durant el conflicte, el Sinn Féin se situava als marges de l'*statu quo* vigent i per parlar amb els membres havies de seguir determinats protocols. Ara només cal dirigir-se al seu departament de premsa”, subratlla Manley, amb una trajectòria de més de dues dècades al rotatiu prorepublicà.

Un dels altres aspectes que ha canviat substancialment per als mitjans locals és l'absència de la censura imposada pel Govern britànic. Tal com recorda Nora Miralles, periodista i investigadora en gènere, pau i seguretat, del 1988 al 1994 l'executiu de Londres va prohibir donar veu a onze organitzacions amb seu a Irlanda del Nord –majoritàriament republicanes– perquè considerava que amb l'exposició mediàtica el nacionalisme irlandès en podria treure rèdit polític.

“Aquesta mesura de control va afectar tant mitjans britànics com la Ràdio Televisió d'Irlanda (RTÉ) i va provocar que, en moltes



Una manifestació republicana a Derry celebra l'Alçament de Pasqua de 1916, l'inici del camí cap a la independència d'Irlanda. Foto: George Sweeney / Alamy

històries, les víctimes que no eren d'interès britànic no apareguessin”, assenyalava Miralles, que ha cobert el postconflicte per a diversos diaris catalans i estatals.

Segons l'analista catalana, actualment la presència de les víctimes als mitjans s'ha intensificat gràcies al fort moviment de familiars i associacions. “Processos i investigacions judicials com la massacre de Ballymurphy han guanyat pàgines i minuts”, destaca. La representació de la dona també ha experimentat certa evolució. “Durant els anys durs del conflicte era freqüent que els tabloides britànics representessin una imatge de les irlandeses com a dones catòliques absolutament submises, analfabetes i pobres. Pel que fa a les militants de l'IRA, la seva representació mediàtica es produïa moltes vegades sexualitzant-les i seguint la lògica de monstres i de putes”, explica Nora Miralles.

Anne Cadwallader, periodista i activista pels drets humans, indica que el relat

mediàtic va a rebu dels canvis socials. Un dels exemples més clars és l'escassa aparició als mitjans de comunicació de casos de violència sexual intracomunitària fins que el testimoni de Máiría Cahill l'any 2014 va envalentir altres dones a denunciar les agressions rebudes en les cases segures de l'IRA on es refugiaven

**“ELS MITJANS GENERALISTES ACOSTUMEN A PRESENTAR-SE COM A NEUTRALS, PERÒ LA IMPARCIALITAT NO EXISTEIX”** John Manley, *The Irish News*

joves militants. De la mateixa manera que abans tampoc transcendien els casos de violència sexual exercida pels cossos i forces de seguretat britànics contra les presoneres i les detingudes.

### EL PES DE LA COMUNITAT

“Hi ha tota una generació d'adults joves que no ha viscut directament el conflicte armat i, per tant, la situació és completa-

ment diferent a la d'abans dels acords de pau. Però és obvi que les conseqüències d'aquelles morts encara existeixen, hi ha un llegat el màxim exponent del qual és la polarització social”, explica Bill Rolston, doctor en Sociologia i professor de Justícia Transnacional a la Universitat de l'Ulster. Aquesta divisió social entre

catòlics i protestants, entre republicans i unionistes, afecta tots els nivells de l'esfera social i, en conseqüència, té un impacte directe en la

manera de treballar dels mitjans i dels periodistes nord-irlandesos que, per norma general, segueixen funcionant amb el mateix patró sectari quasi un quart de segle després dels Acords de Divendres Sant.

La cobertura del Brexit o del recent anunci del Govern britànic de plantejar un termini per tal que prescriguin els delictes comesos a Irlanda del Nord durant el període anomenat *The Troubles* (1968-

1998), dibuixen un periodisme en què un dels principals objectius és la defensa dels interessos de la comunitat més enllà de copsar la pluralitat d'opinions. “Cap partit nord-irlandès dona suport a la proposta de Londres de tancar els processos judicials dels *Troubles*. Els tres principals diaris han estat d'acord en què no és una bona idea”, assenyalava Rolston.

**“LA GENT NO NECESSITA QUE LA PROTEGEIXIN, CAL QÜESTIONAR-LI COSES DEL DIA A DIA, FOMENTAR EL DEBAT”** Bill Rolston, Universitat de l'Ulster

Tot i la coincidència en el desacord amb la proposta de l'executiu de Boris Johnson, *The Irish News* i *The News Letter* van abordar la qüestió de manera diametralment oposada donant veu majoritàriament als “seus”. Mentre que el rotatiu nacionalista prioritzava l'opinió dels familiars de víctimes de la violència de l'Estat britànic i dels grups paramilitars protestants, el diari unionista posava l'accent en el parer de les famílies amb parents assassinats per l'IRA.

“*The Irish News* no és un mitjà *mainstream*. Té un rigor distingit, un enfoc internacionalista i un punt de vista nacionalista de l'actualitat”, explica John Manley, corresponsal polític del diari. “Els mitjans generalistes acostumen a presentar-se com a neutrals, però la imparcialitat no existeix, el que hom pot fer és tractar de ser al més just i honest possible”, precisa el reporter del rotatiu prorepublicà el qual encara conserva la figura del corresponsal de seguretat, heretada de l'època de violència armada en què van ser assassinades 3.500 persones.

Per Bill Rolston, sociòleg i expert en Justícia transnacional, el problema no radica en el fet que els mitjans serveixen a les respectives comunitats, sinó que no les

desafiïn a replantejar-se posicionaments. “*The News Letter*, per exemple, no enco- ratja la comunitat unionista a enfrontar les seves pors i prejudicis. La gent no necessita que la protegeixin, cal qüestionar-li coses del dia a dia, fomentar el debat”, detalla l'acadèmic de la Universitat de l'Ulster.

### LA MIRADA DE LA BBC

Més enllà dels mitjans genuïnament nord-irlandesos, els ciutadans de la part septentrional de l'illa recorren tant a la BBC com a la Ràdio Televisió d'Irlanda (RTÉ) per informar-se. En els darrers quatre anys, la corporació pública britànica ha destinat a Irlanda del Nord una mitjana de quaranta milions d'euros anuals, una xifra que les principals formacions republicanes consideren “desorbitada per cobrir el que succeeix a 2,5 milions de persones”.

“En un esforç de presentar-se com a neutral i progressista, la BBC perpetua el conflicte perquè les conseqüències no han estat les mateixes per a les diferents comunitats”, subratlla John Manley. Per

**TOT I L'ALT PRESSUPOST DE LA BBC PER COBRIR EL QUE PASSA A IRLANDA DEL NORD, SEGUEIX FOMENTANT L'ANTAGONISME ENTRE COMUNITATS**

al periodista del *The Irish News*, no cal que, en un afany de buscar l'equilibri, la cadena britànica hagi de mostrar sobre qualsevol qüestió què en pensen naci-

onalistes i unionistes perquè d'aquesta manera “reforça la confrontació social”. El corresponsal polític creu que en espais com el programa que condueix Stephen Nolan a BBC Radio Ulster sempre que es debat sobre algun tema sensible s'intenta buscar la confrontació entre membres de les dues comunitats per tenir bones dades d'audiència. “Això demostra –afegeix– la irresponsabilitat d'alguns periodistes. En una situació de postconflicte cal educar la gent i no promoure aquest tipus d'aproximació que només reforça els prejudicis sobre els hipotètics oponents”.

Per Rolston, un dels problemes de la BBC és el biaix en determinades cobertures com la del Brexit. “Gràcies al protocol implementat, podem gaudir del millor dels dos sistemes. En termes econòmics és perfecte perquè podem ser a la Unió Europea quan ho necessitem i no ser-hi

també quan ho desitgem. En aquest sentit, la BBC ha prioritzat les històries que emfatitzen la visió negativa del protocol i ha mos-

trat pocs testimonis de la gent que s'ha beneficiat d'aquesta situació, encrespant d'aquesta manera els ànims dels lleialistes i fomentant l'antagonisme”. Ç



# CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

T'ofereim cursos que exploren les habilitats professionals i l'emprenedoria, el periodisme digital, la comunicació corporativa i les tècniques de periodisme i comunicació

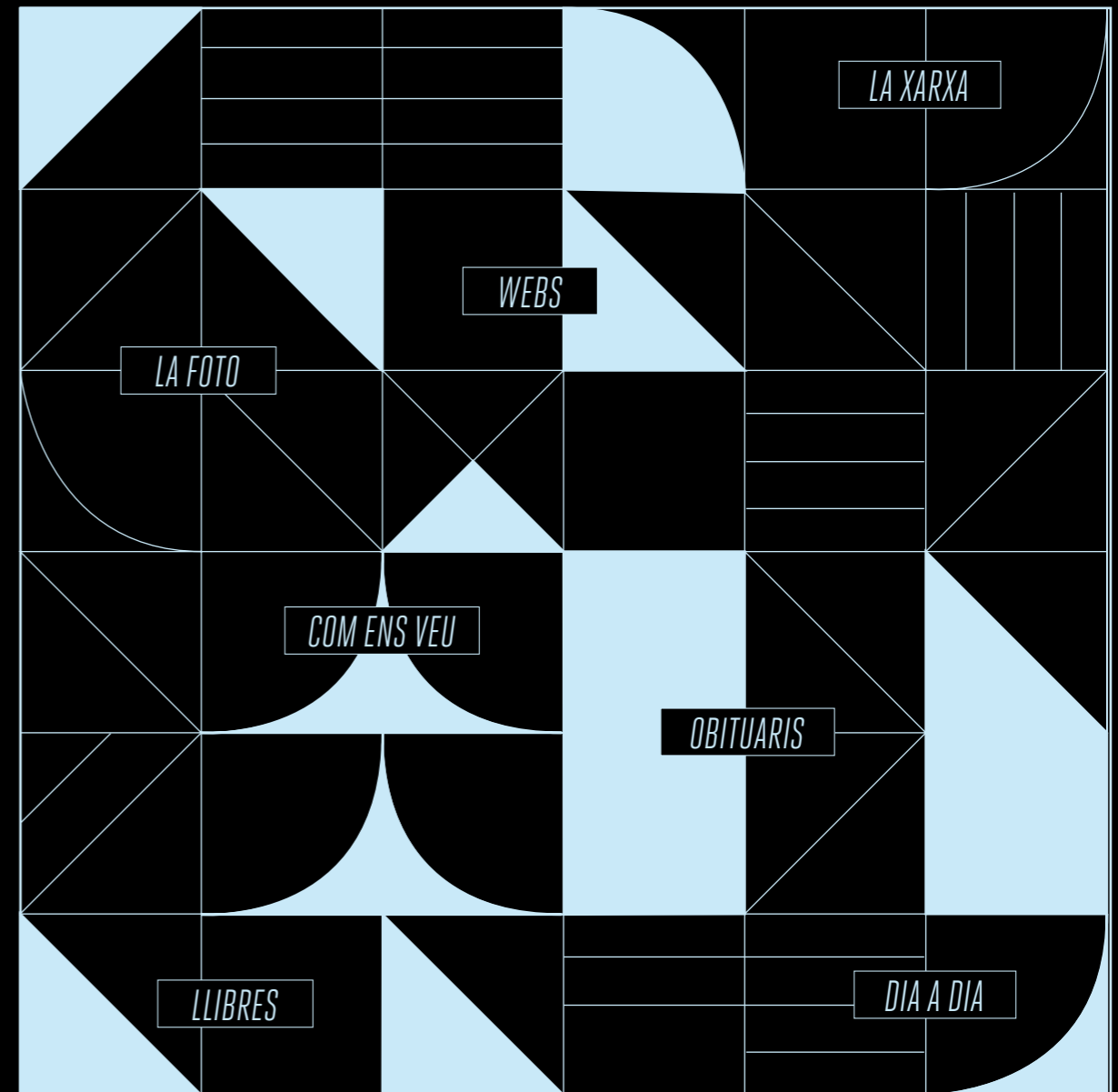
- » Tècniques de comunicació escrita
- » Periodisme esportiu
- » Eines per relacionar-se amb els mitjans de comunicació
- » Storytelling: el nou gènere de la comunicació persuasiva
- » Com fer avui periodisme cultural
- » Utilitza Canva de forma professional
- » La veu en els espais digitals
- » Com dissenyar un pla de màrqueting digital
- » Narratives multimèdia: com crear continguts innovadors
- » Fotografia amb el mòbil: millora i retoca les teves creacions
- » Instagram, reforça el disseny del teu perfil i coneix les noves funcionalitats
- » Claus per a la redacció digital i de marca
- » E-mail marketing: una eina per redescobrir
- » Crea les millors presentacions en entorns visuals
- » Edita vídeos professionals amb el mòbil
- » Taller de perfeccionament de locució de productes audiovisuals
- » Introducció al màrqueting d'influencers
- » Redacció de discursos
- » Introducció a l'analítica web
- » Com resoldre una crisi de manera eficaç
- » Aprèn a fer el teu pla de comunicació
- » Taller de videoperiodisme per a mitjans digitals
- » Com parlar de forma eficaç en públic i amb mitjans de comunicació
- » Reptes i oportunitats de l'automatització de notícies
- » Organització d'esdeveniments
- » Com treballa un periodista freelance
- » Elaboració de briefings
- » Eines per gestionar el temps i les tasques
- » Taller en línia de podcast
- » Taller de Directes
- » Les noves vies d'ingressos dels mitjans digitals més enllà de la publicitat
- » Com comunicar-nos eficaçment per les xarxes socials
- » Aprendre a donar feedback
- » Eines i apps per gestionar informació i crear continguts
- » Gestió avançada d'intranets corporatives
- » Millora la teva marca personal
- » Diversitat i inclusió en las organitzacions
- » Liderar persones en un món digital

Programació setembre/desembre 2021  
Més informació i inscripcions a [www.periodistes.cat/formacio](http://www.periodistes.cat/formacio)



## SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



## LA DAVALLADA DE LES REVISTES DE PAPER

[www.eldiario.es/economia/hundimiento-imparable-revistas-han-perdido-60-ingresos-lectores-doce-anos\\_1\\_8028427.html](http://www.eldiario.es/economia/hundimiento-imparable-revistas-han-perdido-60-ingresos-lectores-doce-anos_1_8028427.html)

Aquest article, amb dades recents de l'EGM, explica que les revistes mensuals de paper a l'Estat espanyol han perdut un 60% d'ingressos en els darrers dotze anys a causa del descens de lectors i de la baixada de la quantitat i del preu de publicitat. La pèrdua de lectors s'estima en uns nou milions des de 2008.

## DOCUMENTAL SOBRE L'EDITOR DE LA TRACA

[www.publico.es/sociedad/ochenta-anos-fusilamiento-vicent-carceller-editor-satirico-reto-queipo-llano-barril-vino.html](http://www.publico.es/sociedad/ochenta-anos-fusilamiento-vicent-carceller-editor-satirico-reto-queipo-llano-barril-vino.html)

Un documental repesca la figura periodística de Vicent Carceller, editor de la revista satírica *La Traca*, editada setmanalment a València, que es venia a tot Espanya i que abans de la Guerra Civil va arribar a vendre 500.000 exemplars. La revista, força anticlerical, feia ferotges retrats de militars colpistes com Franco i Queipo de Llano i va desaparèixer l'any 1938. El 1940, Carceller va ser torturat i afusellat.



## CONVERTIR DADES EN HISTÒRIES

[www.storydata.es](http://www.storydata.es)

Story Data, impulsada per quatre dones periodistes, és la primera agència espanyola especialitzada en comunicació de dades. Ofereix un servei als mitjans, a les administracions públiques, a les universitats, etcètera, convertint dades en històries. Un dels seus lemes és "les dades s'obliden, les històries no".

## EL SEO ES ÚTIL

[www.searchenginejournal.com/journalism-tactics-for-seo-content/403226/#close](http://www.searchenginejournal.com/journalism-tactics-for-seo-content/403226/#close)

Ara que molts periodistes han d'utilitzar el SEO per a posicionar-ne els continguts, és recomanable tenir clares algunes estratègies per poder aconseguir bons posicionaments als enginys de cerca digital. Aquí teniu algunes recomanacions al respecte.

## CONTRA EL CENTRALISME INFORMATIU

[www.washingtonpost.com/opinions/voices-across-america/](http://www.washingtonpost.com/opinions/voices-across-america/)

A tall d'exemple: les nevades a Madrid que obren informatius televisius d'abast estatal. La sobredimensió informativa de la ciutat on té la seu un mitjà és un problema recurrent arreu. Per combatre-ho, *The Washington Post* ha creat la plataforma Voices Across America, un projecte que vol aconseguir una major diversitat de continguts.

## EL PERIODISTA AFRICÀ SENSE ROSTRE

[www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-56676934](http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-56676934)

Anas Aremeyaw Anas és un periodista de Ghana que, per evitar represàlies, oculta sistemàticament el seu rostre en públic. Corrupcions governamentals, robatori de bebès, extracció il·legal d'òrgans humans i tràfic de dones a l'Àfrica són alguns dels temes que ha desvetllat. Aquest article de la BBC fa un repàs a la seva tasca.



## SOBRE MEDI AMBIENT

<https://unearthed.greenpeace.org/2020/12/18/best-environmental-journalism-2020/>

Si us interessa la problemàtica del medi ambient i la crisi climàtica, aquí teniu un llistat de les millors publicacions de l'any passat, segons el criteri d'Unearthed, un projecte de Greenpeace.

## LA VEU DEL CARRER

[www.theguardian.com/media/2021/jun/25/guardian-journalists-win-orwell-prize-for-video-series-anywhere-but-westminster-john-harris-john-domokos](http://www.theguardian.com/media/2021/jun/25/guardian-journalists-win-orwell-prize-for-video-series-anywhere-but-westminster-john-harris-john-domokos)

Durant l'última dècada, la sèrie periodística en vídeo *A qualsevol lloc menys a Westminster* (llegiu el títol amb ironia política) ha copsat pels carrers la situació i l'opinió dels britànics mentre, com diuen els autors, la política dels partits s'esfondrava i el Regne Unit continua fracturant-se. Ara ha guanyat el premi Orwell de Periodisme per revelar "veritats profundes sobre les desigualtats de la societat".

## PERIODISME POST COVID

[www.kas.de/en/web/usa/single-title/-/content/saving-journalism](http://www.kas.de/en/web/usa/single-title/-/content/saving-journalism)

Dotzenes d'estudis s'han plantejat què ha de fer el periodisme postpandèmic per sobreviure econòmicament i continuar amb la tasca informativa i social. Aquest treball impulsat per la Fundació Konrad Adenauer analitza algunes de les principals iniciatives endegades arreu del món.

## NOVA FÓRMULA INFORMATIVA

[www.journalism.co.uk/news/direct-publishing-what-you-need-to-know-about-this-new-technology/s2/a829162/](http://www.journalism.co.uk/news/direct-publishing-what-you-need-to-know-about-this-new-technology/s2/a829162/)

Els impulsors del Direct Publishing diuen que pot ser una nova fórmula informativa. Parlen d'un periodisme conversacional, personal, interactiu i amb continguts rics que arriba als mòbils a través de serveis de missatgeria. Una tecnologia que sembla dissenyada per aconseguir que petites publicacions puguin aplegar audiència i mercats de pagament.

## LA CRISI DEL DEFENSOR DEL LECTOR

Alguns mitjans mantenen aquesta figura que darrerament ha perdut protagonisme per culpa de les xarxes socials



Molts diaris tenen defensor del lector, figura que ara ha quedat en entredit. Foto: Utsar Srestha / Unsplash

Apareguda fa algunes dècades, la figura del defensor del lector va tenir, en moment donat, un impacte important en els grans mitjans per després entrar en una crisi de la qual no sembla recuperar-se. L'eclosió de les xarxes socials i els greus problemes de reestructuració i de supervivència de moltes publicacions expliquen part de l'erosió d'un rol que, d'altra banda, pot arribar a ser incòmode per als mateixos mitjans i que sovint no és percebut com a decisiu pel públic. El debat, en tot cas, és viu a la Xarxa, on trobem visions que donen per acabada aquesta figura i altres que en defensen la vigència.

El primer diari amb defensor del lector va ser *The Courier-Journal* de Louisville, un diari de Kentucky, l'any 1967. Després, molts mitjans importants d'arreu del món el van començar a incloure en l'estaff, sovint amb l'etiqueta d'*ombudsman*, l'expressió anglesa del terme. A Espanya el pioner va ser *El País*, l'any 1985. *La Vanguardia* també en té des de fa temps. *The Guardian*, que va crear aquest càrrec l'any 1997, ha publicat fa poc una entrevista amb Elisabeth Ribbans, actual defensora del lector al rotatiu.

"Els mitjans de comunicació fan que les persones rendixin comptes cada dia i és vital, com a qüestió de justícia i de confiança, que les persones puguin fer el mateix amb els mitjans. La majoria dels diaris tenen un sistema per gestionar les queixes i alguns tenen columnes de correccions, ara bé, nomenar

algú per representar totes les inquietuds dels lectors des d'una posició d'independència interna és una de les coses que fa que la figura del defensor del lector sigui diferent", afirma Ribbans, que defineix així el seu rol: "En essència és un pont entre els lectors i l'editorial: escolta comentaris, respon consultes,

## AQUESTA FIGURA VA PATIR UNA GRAN SOTRAGADA EL 2017, QUAN EL NEW YORK TIMES VA DECIDIR PRESCINDIR-NE

tracta de queixes i, amb sort, proporciona llum en ambdues direccions".

La visió clàssica del paper del defensor el lector va patir una gran sotragada l'any 2017 quan el *New York Times*, que l'havia implementat l'any 2003, després de l'escàndol dels reportatges falsos de Jayson Blair, va prescindir-ne i va argumentar que ja confiava en les xarxes i que introduiria altres sistemes de supervisió. Llavors *BuzzFeed* va fer una consideració que, en part, explica l'escenari actual: "Per què tenir un defensor del lector si Twitter ho farà gratis?".

Sembla que molt mitjans s'han apuntat a aquesta visió una mica simplista. I també han aparegut fórmules alternatives al rol clàssic, com les columnes de crítiques de mitjans que, a títol personal, escriuen sobre la pròpia capçalera o sobre altres publicacions.

En aquest escenari, hi ha qui veu el paper del defensor del lector com un referent diplomàtic, que busca l'equilibri i l'autoregulació, però que no és imprescindible, ni decisiu. Això s'hi suma la falta d'interès de bona part del públic, especialment el jove, en els mitjans tradicionals. I amb el sobreescalfament del mercat informatiu, ple de visions interessades, *fake news*, comentaris passats de voltes i altres factors que no fan senzilla cap tasca aclaridora. Tot i això, existeix una organització internacional de defensors dels lectors. No sembla molt activa, si bé edita guies d'actuació i celebra reunions anuals. La propera porta per títol "Robots, Gegants, Malvats" (*Robots, Giants, Villains*), probablement una referència al paper de la tecnologia en el futur informatiu.

Si es vol explorar l'experiència personal d'alguns defensors del lector, es pot consultar un detallat article sobre les aportacions dels sis professionals que van passar pel càrrec al *New York Times* entre els anys 2003 i 2017. També és interessant un treball realitzat pel Poynter Institute en el qual vuit defensors de publicacions de diferent tipus expliquen els seus respectius casos.

Hi ha qui valora aquesta feina com el símbol d'un ofici en reconstrucció. I qui, contràriament, la veu en vies d'extinció. A vegades, es percep com envoltada d'un aire solitari i una mica *vintage*, amenaçada de dissolució enmig d'un escenari líquid i confós com és, ara més que mai, l'informatiu. I, certament, sembla qüestionada per factors de fons, com els interessos empresarials o la necessitat d'una nova cultura dins de moltes redaccions. Sense oblidar que ara la informació és horitzontal i que la relació amb els lectors és radicalment diferent a la d'abans.

El debat sobre la vigència i el futur del defensor del lector, doncs, és obert i té sentit. Ja ho advertia l'article que tancava la paradeta al *New York Times* amb una pregunta que segueix plenament vigent: "Quan desapareix aquest rol, qui vigila al vigilant?"

## ENLLAÇOS

<https://bit.ly/3rtS0tt>  
<https://bit.ly/3hTsL0F>  
<https://bit.ly/3iwRSVQ>  
<https://bit.ly/3BmxOyg>  
<https://bit.ly/3wRrjiz>  
[www.newsombudsmen.org/](http://www.newsombudsmen.org/)



## 8 HORES. EL NOI DEL SUCRE I LA VAGA DE LA CANADENCA

Alfons López i Pepe Gálvez | Pagès editors, 2021 | 102 pàgines

“Vuit hores de treball. Vuit hores d’esbarjo. Vuit hores de descans”. Aquesta elemental reivindicació del moviment obrer —encunyada al segle XIX pel socialista utòpic Charles Owen— va determinar la fi de la vaga que els treballadors de La Canadencà havien iniciat dos mesos abans. Durant el febrer i març de 1919, la lluita sindical de la CNT havia paralytitzat Barcelona i un 70% de la indústria catalana en la que es considerava una de les fites més rellevants del moviment obrer: l’Estat espanyol va ser el primer país a decretar la jornada laboral de vuit hores. La novel·la gràfica d’Alfons López, dibuixant, i Pepe Gálvez, guionista, ens endinsa pels carrers de la ciutat revoltada i ens presenta els personatges clau d’aquelles jornades històriques. Menció especial mereix el principal protagonista del llibre: Salvador Seguí, *el Noi del Sucre*, anarcosindicalista i el principal portaveu del moviment vaguista, que va ser assassinat pels pistolers de la patronal.



## WIFREDO ESPINA VIST PER 30 AUTORS

Diversos autors | Josep Maria, Yolanda, Wifredo i Blanca Espina Pahí editors | 143 pàgines

Setanta anys d’ofici no és poca cosa. Significa, sense anar més lluny, haver exercit de periodista durant la dictadura i no de manera precisament complaent amb les autoritats del Règim. Espina és el periodista català més llegit a Catalunya durant el franquisme i l’inici de la Transició, especialment, la seva columna “Cada qual con su opinión” a les pàgines del *Correo Catalán*, diari al qual va estar vinculat durant vint-i-quatre anys, disset del quals com a sotsdirector. Els seus fills han decidit fer un recull dels escrits publicats en diversos diaris i revistes al llarg dels anys que parlessin

de la trajectòria i la personalitat de Wifredo Espina i han seleccionat, finalment, els trenta autors que omplen el llibre: de Teresa Pàmies a Jordi Amat; de Llorenç Gomis a Gonzàlez Ledesma. I si hi ha un terme que, gairebé tots ells, inclouen a manera de definició és el d’*independència*. “No era la suya la opinió de un grupo, de un sector. Era la opinió de un independiente”, escrivia Llorenç Gomis.



## L'EMERGÈNCIA CLIMÀTICA A CATALUNYA. REVOLUCIÓ O COL·LAPSE

Santiago Vilanova | Edicions 62, 2021 | 328 pàgines

L’autor, periodista, escriptor i consultor mediambiental fa quaranta anys ja parlava dels aqüífers contaminats pels purins, de l’urbanisme depredador a la costa i de la perillosa concentració de gas carbònic a l’atmosfera, entre altres qüestions. Quaranta anys i la pol·lució, la degradació i el creixement desaforat continuen indeturablement i les tossudes investigacions científiques, avui dia, comencen a mostrar camins sense retorn. Vilanova preconitza en aquest llibre un canvi radical de governança. Dràstic, revolucionari: cal, ineludiblement, una rectificació de la gestió del territori i de l’energia; uns nous hàbits de consumir, treballar, produir, viatjar, alimentar-nos, desplaçar-nos... La responsabilitat i la miopia de polítics locals, de líders globals i d’oligarques universals són gairebé delictives. Segons l’autor, “si els clients o consumidors canviem, els industrials canviaran; si els electors canviem, les polítiques canviaran. Cap industrial i cap polític podrà oposar-se a una voluntat popular conscienciada i ben informada”, escriu.

## LA GRAMÀTICA DEL VIRUS

Josep Gifreu  
Saldonar edicions, 2021  
328 pàgines



Com afirma l’autor, la pandèmia ha aconseguit “reinventar la professió”. Tots i cadascun dels valors i principis del periodisme han estat posats a prova, perquè, al capdavant, la principal contribució del periodisme en aquesta crisi era la de generar confiança i la d’instaurar seguretats. Aquest assaig tracta

el paper fonamental dels mitjans de comunicació en la construcció del relat sobre l’enorme, infinit, trauma psicosocial, sanitari i econòmic que ha viscut la humanitat amb la “gran epidèmia” de la nostra època. La crucial missió dels mitjans de proximitat, la batalla contra la desinformació, el protagonisme del periodisme científic, els angoixants límits de la llibertat, la informació global i local alhora... són alguns dels aspectes plantejats en aquest necessari assaig.

ISABEL CLARA-SIMÓ.  
UNA VEU LLIURE I COMPROMESA  
Jordi Tormo  
Ara Llibres, 2021  
220 pàgines



Esriptora, periodista, política, filòsofa, feminista, activista de la llengua catalana... Isabel Clara-Simó, polièdrica, intensa i vital, recol·lectora de guardons i reconeixements —Premi Sant Jordi, premi Crítica Serra d’Or, premi Andròmina, Creu de Sant Jordi, premi Trajectòria, Premi d’Honor de les Lletres

Catalanes...— va obrir la seva porta al biògraf Jordi Tormo quan la malaltia que patia començava a fer estralls. El resultat de les converses que van mantenir és aquest minuciós i íntim llegat de vivències, reflexions, records, confessions i fotografies que emmarquen un veritable homenatge a una personalitat abasagadora. Per les pàgines desfilen altres personatges amb qui Clara-Simó es va relacionar: Maria Aurèlia Capmany, Montserrat Roig, Antoni Miró, Ovidi Montllor, Joan Fuster...

## EL DILUVIO, LA PRENSA Y LA SEGUNDA REPÚBLICA

Gil Toll  
Icaria, 2021  
360 pàgines



La rigorosa i exhaustiva investigació del periodista Gil Toll —de fet, una tesi doctoral— ens obre un camp de la història del periodisme menystingut fins no fa massa per l’acadèmia i silenciada abans per la dictadura: el de la premsa progressista, laica, federalista i republicana, de la qual el diari *El Diluvio* és

un exemple paradigmàtic. *El Diluvio*, nascut el 1858 com *El Telégrafo*, va tenir un paper primordial en la defenestració de la monarquia borbònica i l’adveniment de la Segona República. La seva influència entre les classes populars catalanes i el suport sense fisures a la causa republicana i federal es van traduir en la forta expansió que va experimentar en els anys trenta, quan va assolir una tirada de 150.000 exemplars, només superada per *La Vanguardia*.

## CRÒNICAS IMPERTINENTES DESDE MI CONFÍN

Nana de Juan  
Samarconda, 2020  
270 pàgines



L’autora ha estat durant gairebé vint anys vinculada a l’agència EFE a Barcelona com a coordinadora de Reportatges. A l’inici del confinament, al març del 2020, va decidir escriure una crònica diària sobre aspectes inèdits dels personatges famosos que havia entrevistat o conegut. El resultat són aquestes

seixanta-cinc cròniques iròniques i esmolades que ens parlen del costat fosc que no apareix a la nota publicada en el seu moment. Nana de Juan recorda que l’aleshores príncep Felip, abanderat olímpic, li reconeixia en una entrevista que el seu pare li proposava algun calbot quan el derrotava en alguna competició de regates. El Dalai-lama, l’actor Anthony Quinn, Peret, Lluís Llongueras, Josep Tarradellas i Isabel Preysler són altres personatges a qui l’autora desentraña un misteri, una excentricitat, una mania.

## COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL EN ESPAÑA

Victor Sampedro (coord.)  
UOCpress, 2021  
242 pàgines



El subtítol del llibre és força eloqüent: *Del 'Pásaló' a Podemos y de Podemos a Vox*. Així, l’equip d’investigadors ha estudiat l’evolució entre el primer esdeveniment tecnopolític digital a l’estat espanyol —la convocatòria per SMS del 13 de març del 2004 sobre l’autoria dels atemptats de Madrid— i el fenomen Vox. La investigació s’inicia amb una premissa contundent: cal discernir entre comunicació política i mercadotècnia electoral, una confusió en què cauen molts polítics. El control corporatiu i estatal del màrqueting electoral ha devaluat la democràcia, ja que, al capdavant, d’això es tracta: “La qualitat de la democràcia està en funció del debat politicomediàtic, de la conversació i de la mobilització social que la comunicació política genera”. El quart poder en xarxa com a model periodístic i cívic de la comunicació política digital.

El subtítol del llibre és força eloqüent: *Del 'Pásaló' a Podemos y de Podemos a Vox*. Així, l’equip d’investigadors ha estudiat l’evolució entre el primer esdeveniment tecnopolític digital a l’estat espanyol —la convocatòria per SMS del 13 de març del 2004 sobre l’autoria dels atemptats de Madrid— i el fenomen Vox. La investigació s’inicia amb una premissa contundent: cal discernir entre comunicació política i mercadotècnia electoral, una confusió en què cauen molts polítics. El control corporatiu i estatal del màrqueting electoral ha devaluat la democràcia, ja que, al capdavant, d’això es tracta: “La qualitat de la democràcia està en funció del debat politicomediàtic, de la conversació i de la mobilització social que la comunicació política genera”. El quart poder en xarxa com a model periodístic i cívic de la comunicació política digital.

## EL JOVEN PORCEL

Sergio Vila-Sanjuán  
Destino, 2021  
366 pàgines



Quan Porcel arriba a Barcelona procedent de Mallorca tenia poc més de vint anys i en una dècada esdevindrà un escriptor prestigiós i un periodista de referència amb una secció a la revista *Destino* —“Los encuentros”— en la qual entrevistava a la crema cultural d’aquella Espanya enfosquida per la dictadura: Azorín, Pla, Luján, Castellet, Buero Vallejo, Alexandre, Ferrater, Llorenç Villalonga, Delibes, Matute i tants d’altres. Vila-Sanjuán se centra en la primera etapa de l’escriptor “perquè és la menys coneguda i perquè és la més intensa” i que finalitza —si més no en el llibre— amb el viatge i el descobriment enlluernador de la revolució cultural xinesa. Porcel havia gaudit de tres “tutors” de luxe: Villalonga, Cela i Pla amb els quals va acabar malament. Cal destacar la devastadora carta a Cela, a qui titlla de censor del règim.

## L'OR DOLÇ A LA PELL DE BRAU

Francesc Canosa  
Pagès editors, 2021  
199 pàgines



Impecable relat periodístic —això que anomenem *longform*— que narra l’eclosió d’un vell projecte: el “miracle” de la pera llimonera lleidatana, la Califòrnia catalana, la indústria agroalimentària, el Ponent imponent, el “Power Fruit”, amb el contrapunt frustrat del “Plan Badajoz”: la pretensió del dictador de redimir Extremadura de la misèria endèmica. Amb un estil literari precís, àgil i desimbolt, l’autor efectua un recorregut entre els anys vint del segle passat fins avui, passant per les estacions cendroses de la dictadura, per establir el paral·lelisme entre dues terres riques i fermes, Badajoz i Lleida, i de com el caciquisme i el *señorismo* poden marcar a foc un paisatge. Francesc Canosa és director de *La Mina* i professor associat de la Facultat de Comunicació Blanquerna.

Impecable relat periodístic —això que anomenem *longform*— que narra l’eclosió d’un vell projecte: el “miracle” de la pera llimonera lleidatana, la Califòrnia catalana, la indústria agroalimentària, el Ponent imponent, el “Power Fruit”, amb el contrapunt frustrat del “Plan Badajoz”: la pretensió del dictador de redimir Extremadura de la misèria endèmica. Amb un estil literari precís, àgil i desimbolt, l’autor efectua un recorregut entre els anys vint del segle passat fins avui, passant per les estacions cendroses de la dictadura, per establir el paral·lelisme entre dues terres riques i fermes, Badajoz i Lleida, i de com el caciquisme i el *señorismo* poden marcar a foc un paisatge. Francesc Canosa és director de *La Mina* i professor associat de la Facultat de Comunicació Blanquerna.

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



**UNA VISIÓ DIFERENT DEL BARRI XINO**

L'exposició "Margaret Michaelis Cinc dies pel barri Xino", que amb entrada lliure i fins al 31 d'octubre es pot visitar a l'Arxiu Fotogràfic de Barcelona, mostra el fotoreportatge que aquesta fotògrafa polonesa va fer durant cinc dies d'abril del 1934 per encàrrec del Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània. A la imatge, una fotografia de l'exposició.

— • LA FOTO • —

Margaret  
Michaelis

## ENRIQUE BADOSA

El 31 de maig va morir a Barcelona, a noranta-quatre anys, el periodista, poeta, traductor i editor Enrique Badosa. Nascut el 1927, va estudiar Filosofia i Lletres i va treballar com a periodista cultural al *Noticiero Universal* fins a la desaparició, l'any 1986, i posteriorment a l'*ABC*, on escrivia articles d'opinió. Una feina que compaginava amb l'editorial Plaza y Janés, on va impulsar dues col·leccions de poesia. Deixa vint-i-un llibres de poemes, cinc llibres d'assaig i onze llibres de poemes traduïts d'autors en català, llatí, francès, portuguès i la poesia medieval. Entre altres premis, tenia el Ciutat de Barcelona i la Creu de Sant Jordi. Tal com destaca el periodista Josep Moya-Angeler, "ha sigut el gran poeta en llengua castellana que ha gaudit de l'admiració dels altres poetes, cosa realment difícil".



Enrique Badosa pocs dies abans de morir



## MANUEL FANLO

El periodista Manuel Fanlo va morir el 21 de juny, a seixanta-vuit anys. Nascut el 1952, va treballar als rotatius *Mundo Deportivo*, *4-2-4*, *Zaragoza Deportiva* i *Mundo Diario*. El 1984, va començar a Televisió de Catalunya, on s'especialitzaria en la informació del R. C. D. Espanyol. Sentimentalment vinculat als colors blanc-i-blaus, va ser un dels pioners de la comunicació del club, i va ser-ne director de Comunicació entre 1989 i 1994. Un cop finalitzada aquesta etapa, va tornar a exercir de periodista a TV3 i a *Mundo Deportivo*, fins que una malaltia el va obligar a abandonar prematurament la professió.



## XAVIER MOYA

Xavier Moya, periodista, guionista, fotògraf i escriptor, va morir el 7 de de juny a seixanta-cinc anys. Nascut a Badalona el 1956, es va llicenciar en Periodisme per la UAB. Tenia una llarga experiència en premsa escrita i en el món audiovisual. Va ser un dels fundadors de Ràdio Ciutat de Badalona, on va dirigir i presentar diferents programes. Guionista de ràdio i televisió, havia participat en molts curts-metratges de cinema independent. Com a autor de llibres i contes, va ser distingint amb guardons com el Premi de Narrativa Rei en Jaume de l'Ajuntament de Calvià (Mallorca). Aquest 2021 havia publicat *El Pes de la Memòria* (Columna).



## ANTONI SELLA

El periodista Antoni Sella i Montserrat va morir el 4 de juliol, a cinquanta-nou anys, després d'una llarga lluita contra el càncer. Nascut a Sitges el 1962 i llicenciat en Antropologia Cultural, es va dedicar al periodisme des de jove, primer a *L'Eco de Sitges* i després com a corresponsal de *Regió 3* (suplement d'*El Periódico de Catalunya*) i posteriorment de *La Vanguardia*. Va ser dels primers col·laboradors de *Sàpiens*. Entre 1991 i 1995, va ser cap de Premsa de l'Ajuntament de Sitges, i després com a freelance va col·laborar amb diferents mitjans, i va crear l'editorial El Pati Blau amb Roland Sierra. Entre 2005 i 2011, va ser director del Consorci del Patrimoni de Sitges. El 2013, va ser nomenat director de *L'Eco*, on l'estiu passat va deixar-ne la direcció per l'avançat estat de la malaltia. Poc abans de morir, va ser reconegut amb el Premi Eugeni Molero en la modalitat de periodisme escrit.



## ÁNGEL CATENA

El 19 de juliol, va morir el periodista i fotògraf Ángel Catena a seixanta-quatre anys, a causa d'un infart. Cronista i documentalista de Tarragona, va arribar amb nou anys a aquesta ciutat, on va documentar les seves denúncies i mancances. Responsable des de feia una dècada de les fotografies de la revista *Newspe*, en el moment de la mort tenia una exposició de fotografies seves al Mercat Central de Tarragona sobre les lluites i moviments socials i veïnals en les quals ell mateix hi havia pres part als anys vuitanta i noranta. Persona reivindicativa, formava part de la Coordinadora d'Entitats i per la lluita per una sanitat pública de qualitat i estava ultimant un llibre sobre les lluites veïnals amb l'activista cultural Ángel Juárez.



## CARLOS ROMEU

El 24 de juliol, va morir Carlos Romeu Müller, dibuixant i humorista gràfic conegut com a *Romeu*, a setanta-tres anys. Nascut a Barcelona el 1948, de mare francesa i pare espanyol, va ser ninotaire, serigrafista, guionista i escultor. Als anys setanta, va iniciar-se en el món del còmic i va treballar per a *Fotogramas*, *Bocaccio*, *Por Favor*, *Charlie Mensuel*, *Triunfo*, *Interviú*, *Playboy*, *El País*, *Muy Interesante* i *National Show* i juntament amb el dibuixant Tom va dirigir el setmanari *Mata Ratos*. Ells dos van ser, el 1977, membres fundadors d'*El Jueves*. Com a guionista, participaria en programes de TV3, com *Tres i l'astròleg* i *Filiprim*. El 2011, va ser reconegut amb el Premi Internacional d'Humor Gat Perich.



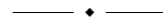
## JUDITH DURANO

La periodista Judith Durano Juanmartí, natural de Sort, va morir el 3 d'agost a quaranta-vuit anys després de dos anys i mig lluitant contra el càncer. Periodista, traductora —parlava set idiomes— i escriptora, el 2018 va fundar Jud&Co després de quinze anys d'experiència en la comunicació i les relacions institucionals. Durano formava part del Grup de treball de Gabinet de comunicació corporativa del Col·legi de Periodistes. Pocs dies després de la seva mort, Sort va acollir la presentació de l'Associació Judith Durano de Literatura Infantil sobre el Càncer que gestionen amics seus per seguir promovent el coneixement d'aquesta malaltia en nens i adolescents valent-se de la literatura i es va presentar l'edició en català del llibre *El desig d'Olivia*, escrit per Durano amb la seva filla Carla, de nou anys.



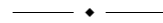
## ROSA PIÑOL

Rosa Maria Piñol va morir el 8 d'agost a causa d'un tumor cerebral a setanta anys. Nascuda a Barcelona el 1950, va estudiar a l'Escola de Periodisme del CICEP. Va iniciar-se a la revista *Cavall Fort*, on va ser secretària de direcció. Va treballar a *Diario Femenino* i, des de 1976, va formar part de l'equip fundacional de l'*Avui*, on es va especialitzar en el món dels llibres i les lletres. El 1983, es va incorporar a la secció de Cultura de *La Vanguardia*, on va col·laborar en el llançament de la versió en llengua catalana. El 1992, va rebre el premi Atlàntida, que atorga el Gremi d'Editors de Catalunya i, el 2015, any de la seva jubilació, el premi a tota la trajectòria, en el marc de la Setmana del Llibre en Català.



## XAVIER MERCADÉ

El fotògraf Xavier Mercadé va morir el 23 d'agost a cinquanta-cinc anys a causa d'un càncer. Nascut a Barcelona el 1967, ha documentat gairebé quatre dècades de música en directe. El seu arxiu suma més d'un milió de fotografies de 14.000 concerts. Format a l'Escola de Mitjans Audiovisuals de Barcelona, el 1984, es va iniciar al fanzín *Völlker* i, després, va col·laborar amb *Ruta 66*, *Rockdelux*, *El Punt Avui*, *Vilaweb* o *Rolling Stone*, entre altres. Fou un dels fundadors d'*Enderrock*, on era cap de Fotografia. La seva obra s'ha vist en diverses exposicions i és autor de llibres com *Pasión por el rock: Las mejores fotos de concierto* (La Máscara, 1999), *Freaks: La cara oculta del rock* (Quarentena, 2010) o *Balas perdidas: Qué fue del siglo XX* (66 rpm, 2012). En el moment de la mort, tenia una exposició al Palau Robert de Barcelona.

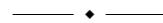


## PILAR CABALLERO

Pilar Caballero Gil, destacada periodista cultural, va morir el 3 de setembre, a conseqüència d'un càncer de pàncreas a setanta-tres anys. Llicenciada en Ciències de la Informació (UAB) va col·laborar a *El País* i més tard, sempre en l'àmbit de la Cultura, es va incorporar al *Diari de Barcelona*. Després va fundar el gabinet Caballero Comunicació. Va viatjar amb Comediants i va contribuir a que fossin reconeguts arreu del món. Un cop va deixar el periodisme, va ser al nucli fundador de l'Associació Aetto per construir una escola mixta, laica i pública al Senegal. Al seu funeral, el periodista Joan Marcet va dir: "Els que hem tingut la sort d'haver-la acompanyat, no l'oblidarem mentre que ens quedi un sol bri de memòria".



Pilar Caballero va treballar en mitjans i al seu gabinet de premsa.



## PERE MADRENYS

El 23 d'agost, va morir Pere Madrenys i Caballé, a vuitanta-nou anys, a causa de l'Alzheimer. Nascut a Sils el 1932, amb dotze anys, va ingressar al seminari i va ser ordenat capellà el 1956. Llicenciat en Ciències de la Informació, es va doctorar en Dret canònic. Oblat de l'Opus Dei entre 1957 i 1973, va treballar a Europa Press, *El Correo Catalán*, *Presència* —que va dirigir—, *Full Parroquial*, *Vida Catòlica*, *Hoja del Lunes*, *Or i Flama*, *Recvll* i *Olot Misión*, i seria el primer corresponsal d'*El País* a Girona. Membre de la junta del Col·legi de Periodistes, el 1985, va començar a treballar a *El Punt*, on va estar fins 1997, quan es va jubilar.



## ANTONIO FRANCO

Antonio Franco Estadella va morir el 25 de setembre a setanta-quatre anys, víctima del càncer. Nascut a Barcelona el 1947, es va llicenciar a l'Escola de Periodisme de l'Església. El 1969 es va incorporar al *Diario de Barcelona* on va ser-ne el subdirector. Durant el franquisme va cofundar revistes com *Barrabás* i *El Papis* i va pertànyer al Grup Democràtic de Periodistes. El 1978 va fundar *El Periódico de Catalunya*, que va dirigir fins a 1982, quan va anar a *El País*, com a director adjunt, per llançar l'edició catalana. El 1988 va tornar a dirigir *El Periódico*, càrrec que va mantenir fins al 2001. Havia rebut premis com l'Ortega Gasset, l'Antonio Asensio, la Creu de Sant Jordi o el Ciutat de Barcelona. Va ser un dels redactors del codi deontològic del Col·legi de Periodistes.



Franco a la redacció d'El Periódico. Foto: Albert Bertran / *El Periódico*



## RAMON PEDRÓS

Ramon Pedrós i Martí va morir el 28 de setembre a setanta-quatre anys després d'una llarga lluita contra el càncer. Nascut a Lleida el 1947, es va llicenciar en Filosofia i Lletres a la Universidad Pontificia de Comillas i va cursar Periodisme a l'Escola Oficial. De la seva extensa trajectòria destaca la dècada (1988-1998) que va ser director del gabinet de premsa del president de la Generalitat Jordi Pujol. Anteriorment havia treballat a ABC. Va ser-ne corresponsal a Moscou, on després seria delegat de TVE i corresponsal d'EFE. Posteriorment va ser delegat i corresponsal a Washington i Brussel·les per TVE, primer, i després delegat d'EFE a Catalunya. Autor de llibres com l'exitós *La volta al món amb Jordi Pujol* (2002), un cop va deixar la Generalitat, va ser subdirector de Recoletos, va dirigir *Metro News* a Espanya, el *Diari de Tarragona* i *La Mañana* de Lleida.



## MAIG

### 3 de maig

LA PANDÈMIA COM A EXCUSA. Amb motiu del Dia Mundial de la Llibertat de Premsa, el Col·legi de Periodistes de Catalunya denuncia que s'està utilitzant la pandèmia per a "agreujar i intentar normalitzar pràctiques antidemocràtiques". En concret, es refereix a les limitacions a les rodes de premsa, al refús d'entrevistes, a la discriminació d'alguns mitjans de comunicació i de professionals, com ara els fotoperiodistes, i a l'ajornament de decisions imprescindibles en els mitjans públics.

### 7 de maig

COMISSIÓ DE CONTROL DE LA CCMA. El Parlament de Catalunya constitueix la comissió de control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). La comissió estarà presidida per David Pérez, diputat del PSC, i compta amb Francesc Ten (Junts) i Jenn Díaz (ERC) com a vicepresident i secretària, respectivament. Pérez ja havia estat el portaveu socialista en aquesta comissió en les darreres dues legislatures.

### 9 de maig

PERIODISME EUROPEISTA. La periodista Judy Dempsey guanya el Premi Ernest Udina a la Trajectòria Europea 2021, que concedeix anualment l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) i que s'anuncia coincidint amb el Dia d'Europa. El jurat del guardó valora la "capacitat d'anàlisi" i la "vocació didàctica" d'una professional com Dempsey, que ha cobert els principals capítols de la història recent de la UE i que fa deu anys que dirigeix el blog Strategic Europe, un web fonamental per entendre la política europea.

### 10 de maig

RETORN ESPERAT. Després de quaranta-set dies absent per la Covid-19, el periodista Carles Francino torna a les onses per presentar el programa *La Ventana* a la cadena SER. Francino va contagiar-se de coronavirus al mes de març i va haver de ser ingressat amb febre molt alta i dificultats per a respirar. El periodista, molt emocionat, explica en directe que va arribar a perdre la veu i sis o set quilos de pes, a més de patir un ictus, del qual, diu, sembla que no li han quedat seqüeles.

### 11 de maig

PRIMERA DIRECTORA DEL POST. El diari nord-americà *The Washington Post* nomena Sally Buzbee com a nova directora i es converteix en la primera dona a fer-se càrrec del prestigiós rotatiu nascut el 1877. Buzbee n'era fins ara editora adjunta i vicepresidenta de l'agència de notícies Associated Press. La nova directora, de cinquanta-cinc anys, pren el relleu de Martin Baron, que va anunciar que es jubilava al febrer. Buzbee s'uneix al llistat de dones que, darrerament, han agafat les regnes de mitjans de comunicació als Estats Units.



Foto: The Washington Post

Sally Buzbee substitueix Martin Baron.

### 13 de maig

PERIODISTA HAVIES DE SER. El Mercat del Pla a Lleida acull la tertúlia "Periodisme i feminisme", una oportunitat per reflexionar sobre la situació de les dones en la professió. Aquesta tertúlia forma part de l'exposició "Feminista havies de ser" i compta amb la participació de quatre dones periodistes: Anna Gómez, Natza Farré, Laura Cortés i Estela Busoms. Aquesta última, vicepresidenta de la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, va detallar les iniciatives impulsades des del Col·legi vers la igualtat de gènere en la professió.

### 18 de maig

CANVIS A UNIDAD EDITORIAL. Marco Pompignoli és nomenat president d'Unidad Editorial, empresa que edita els diaris *El Mundo*, *Marca* i *Expansión*, entre altres. L'italià substitueix Antonio Fernández-Galiano, que ha estat al capdavant del grup els últims deu anys. Pompignoli és director financer de RCS MediaGroup, la matriu d'Unidad Editorial, des de l'any 2016.

### 19 de maig

ALIANÇA TERRITORIAL. Els mitjans *Nació Digital* i *Reusdigital.cat* sumen esforços per potenciar-se tant en l'àmbit regional com nacional. D'aquesta manera,

els dos mitjans de comunicació comparteixen continguts i organitzen la cobertura de grans esdeveniments a les comarques del Baix Camp i del Priorat. Amb tot, *Nació Digital* reforça la presència al territori i actualment ja arriba a les dinou capçaleres de proximitat a tot el país.

### 20 de maig

DISCULPES DE LA BBC. La cadena pública britànica demana disculpes per les mentides que va fer servir per aconseguir l'entrevista a Lady Di del 1995, aquella en la qual l'exdona del príncep Carles d'Anglaterra va assegurar que eren "tres dins del matrimoni", en referència a la infidelitat de l'hereu amb Camilla Parker Bowles. Una investigació actual ha demostrat que el periodista encarregat de fer l'entrevista, Martin Bashir, va utilitzar documents falsos per convèncer Diana Spencer de la necessitat de l'interviu.

### 24 de maig

UN LLIBRE SOBRE PAGESOS PIONERS. La Cambra de comerç de Reus acull la presentació del llibre *El grup de Pagesos Actius de Mont-roig del Camp*, escrit pel periodista Joan Gamundi Vilà. El llibre explica la història dels pioners de la renovació de l'agricultura que en ple franquisme es van convertir en un referent a l'Estat. El llibre, editat per Ganzell, està prologat pel ministre d'Agricultura, Carlos Romero. A la presentació del llibre hi van participar Carles Pellicer, alcalde de Reus; Jordi Just, president de la Cambra de comerç de Reus; Esteve Giral, vicepresident de la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya; Maria del Remei Benach, tinent d'alcalde de Mont-roig del Camp; Àngel Xifré, delegat del Departament d'Agricultura; Eduard Boada, director de l'editorial Ganzell, i l'autor del llibre.



Gamundi en moment de la presentació

### 25 de maig

REPTES INAJORNABLES. El Sindicat de Periodistes recorda al nou Govern de la Generalitat els reptes "inajornables" del sector i li planteja una sèrie de

reivindicacions per garantir el dret a la informació, fomentar la independència dels mitjans de la CCMA respecte de l'executiu, liderar la lluita contra els falsos autònoms, reconèixer els nous mitjans de comunicació que estan sent impulsats per periodistes i regular les pràctiques per evitar una "explotació" laboral.

### 28 de maig

EL PERIÓDICO S'INSTAL·LA A L'H. El diari *El Periódico de Catalunya* es trasllada a l'Hospitalet de Llobregat després de gairebé tres dècades a la seu del carrer del Consell de Cent de Barcelona. D'aquesta manera el rotatiu compartirà les noves oficines, construïdes l'any 2012 i ubicades a la Gran Via 163-167, amb el diari *Sport* i les revistes del Grupo Zeta. La de l'Hospitalet serà la quarta seu d'*El Periódico* de la seva història però també és la primera que està ubicada fora de la capital catalana.

BAYERRI, MICRO DAURAT. El periodista i escriptor Josep Bayerrri rep el premi Micro Daurat, que atorga la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes, en reconeixement a la seva trajectòria. Durant l'acte també s'entreguen els guardons del 2019 i 2020 del Micro Tancat a l'alcalde de Tortosa, Meritxell Roigé (2019), i a la portaveu de l'empresa Padesa, Eva Abancens (2020), i del Micro Obert a Albert Curto, de l'Arxiu del Baix Ebre (2019), i Ana de Pablo, responsable de Comunicació de l'Institut Català de la Salut (ics) a les Terres de l'Ebre (2020).



Els guardonats de les tres últimes edicions

Foto: Demarcació Ebre

HOMENATGE A FRANCINA BORIS. Domeny (Girona) dedica un passeig a la locutora de ràdio i sardanista Francina Boris (1915-2013). Boris va ser la primera veu femenina de Ràdio Girona, on va entrar a treballar amb només catorze anys. També fou locutora de Ràdio Associació de Catalunya durant la Segona República i la Guerra Civil. Més endavant, va conduir el primer programa de ràdio en català de la postguerra, *Nostra Dansa*, dedicat a la sardana. El periodista Enric Frigola, que va treballar amb Boris, va recordar aquesta figura en un acte que va reunir amics i familiars.

### 31 de maig

CONDEMNNA PER AGRESSIÓ. L'Audiència Provincial condemna a dos anys de presó i d'inhabilitació un agent dels Mossos d'Esquadra per agredir Jesús Rodríguez, periodista del setmanari *la Directa*, mentre cobria les manifestacions pel desallotjament del Banc Expropiat, al barri de Gràcia de Barcelona, l'any 2016. El policia ha estat condemnat per un delictes de

5 DE JUNY

# Dia mundial del Medi Ambient

L'any 2020 el 100% de l'energia utilitzada al CAT va ser verda i mantindrem aquest compromís en el futur

lesions amb ús d'instrument perillós, amb l'agreguant de fer-se valer del seu càrrec públic. Rodríguez va patir el trencament d'un dit de la mà, que ara ja no pot flexionar del tot.

## JUNY

### 1 de juny

**FOGUET, DIRCOM DEL GOVERN.** El Govern nomena el polític Carles A. Foguet nou director general de Comunicació de la Generalitat en substitució de Jaume Clotet, en el càrrec des del 2016. Foguet ha dirigit l'estratègia comunicativa d'ERC des de l'any 2016 i és director de Comunicació del magazín cultural *Jot Down* des del 2012, quan va començar a funcionar.

### 4 de juny

**HOMENATGE A PEPA BOUIS.** L'Ajuntament de Girona dedica una plaça a la periodista Pepa Bouis al barri de Sant Narcís, entre els carrers Pare Coll, Narcís Monturiol i Santiago Rusiñol. La periodista, traspasada el 2011, va treballar durant quinze anys al diari *El Punt*, tot i que també va desenvolupar la seva trajectòria periodística al *Diari de Girona* i com a corresponsal d'*El País*. Bouis és recordada pel compromís amb els drets de les dones i pel tarannà progressista i obert.

### 8 de juny

**JORDI BORRÀS AL "PESSICS".** El fotoperiodista Jordi Borràs és el protagonista d'una nova edició del cicle "Pessics de vida", que organitza la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i l'Ajuntament de Manresa, a través del Centre Cultural del Casino. Borràs va conversar amb la periodista de *NacióManresa* Aina Font Torra. Borràs està especialitzat en grups d'extrema dreta.



Borràs durant la conversa amb Aina Font

Foto: Salvador Recó

### 9 de juny

**L'ALCALDESSA DE TORTOSA RESPON.** Meritxell Roigé, alcaldessa de Tortosa, ret comptes davant dels periodistes en una trobada organitzada conjuntament pel consistori tortosí i la Demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes. A més de respondre les preguntes dels periodistes, la batllessa traça les línies estratègiques del seu govern amb vistes al segon mandat.

### 10 de juny

**FESTA DE LA RÀDIO EN CATALÀ.** L'Auditori ONCE és l'escenari del lliurament dels Premis Ràdio Associació, que enguany arriben a la 21a edició. La gala, presentada per Jordi Basté, reconeix els millors periodistes i programes de ràdio en català, i entre els premiats hi ha el programa *Crims*, de TV3, i els periodistes Adrià Soldevila, Sergi Escudero i Sique Rodríguez per la investigació del *Barçagate*, l'escàndol que implica l'exdirectiva culer en presumptes difamacions d'opositors i jugadors del club a les xarxes socials.



Un moment de l'acte a l'Auditori ONCE

Foto: Ràdio Associació

**EL PP DENUNCIA INFOLIBRE.** El Partit Popular presenta una denúncia davant la justícia contra el digital *InfoLibre* per presumptes delictes de revelació de secrets. El digital havia publicat una informació en exclusiva que apuntava que el president de Múrcia, Fernando López Miras, hauria intercedit perquè un familiar del secretari general del partit, Teodoro García Egea, s'operés en un hospital públic de la regió. El mitjà i l'autora de la peça reben el suport de les associacions de periodistes de l'Estat, entre aquestes el Col·legi de Periodistes.

### 12 de juny

**EL CPC, PREMI PREMSA COMARCAL.** L'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC) concedeix al Col·legi de Periodistes de Catalunya el Premi Premsa Comarcal 2020 pel suport als mitjans de proximitat en l'últim any. Ho fa en el marc de la tretzena Convenció de la Premsa Comarcal que se celebra a l'Hotel Condes de Barcelona. El degà del Col·legi, Joan

Maria Morros, fa valdre la importància dels periodistes i la premsa, als quals considera "un bé essencial i imprescindible".

### 14 de juny

**TOT RECORDANT MONTSERRAT ROIG.** L'Ateneu Barcelonès acull una tertúlia entre les escriptores Carme Riera, Najat El Hachmi i Anna Punsoda amb motiu del 75è aniversari del naixement de la Montserrat Roig. Les tres novel·listes repassen la trajectòria de Roig i en reivindiquen l'obra, desconeguda entre el jovent i ignorada per l'acadèmia. Aquesta és la primera activitat d'una programació dedicada a la periodista que s'allargarà fins al mes de setembre.

### 16 de juny

**CONVOCATS ELS MAÑÉ I FLAQUER.** L'Ajuntament de Torredembarra, la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes i l'empresa Repsol presenten la 34a edició dels premis de periodisme Mañé i Flaquer, que enguany ofereixen les categories de periodisme Camp de Tarragona, Periodisme turístic, Comunicació Local i Fotoperiodisme. Aquest any, com a novetat, s'exposen les quaranta-vuit instantànies presentades l'any passat en aquesta última categoria. El termini de recepció finalitza el 22 d'octubre.

### 17 de juny

**CASASÚS, HONORIS CAUSA.** La Universitat de Girona investeix el periodista Josep Maria Casasús doctor honoris causa, en reconeixement de la trajectòria acadèmica, de recerca i cultural en l'àmbit del periodisme i la comunicació. Casasús ha estat mestre de periodistes tant a les facultats de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona com a la de la Universitat Pompeu Fabra. Actualment, combina la docència amb la tasca periodística. La trajectòria de Casasús ha estat vinculada majoritàriament al Grup Godó. Actualment té una secció diària d'articles històrics a l'*ARA*.



Casasús durant l'acte a la Universitat de Girona

Foto: UdG

**EL CLUB MÈDIA, EN MARXA.** El Círcol de Reus acull la primera trobada del Club Mèdia, un fòrum de diàleg que aplega periodistes i personatges públics per abordar temes d'interès comú i ajudar els professionals de la comunicació a generar coneixement, obrir vies de diàleg i reflexionar sobre qüestions d'actualitat. És una iniciativa de la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes i el Círcol de Reus.

### 21 de juny

**RIUS, NOU PRESIDENT DE L'FCIC.** Josep Carles Rius, exdegà del Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC), és designat nou president de la Fundació

Consell de la Informació de Catalunya, en substitució de Rafael de Ribot, que deixa el càrrec per motius professionals després d'haver estat designat per al càrrec al febrer.

### 22 de juny

**SUSPENS ALS MITJANS PÚBLICS.** Espanya està molt per sota de la mitjana europea pel que fa a independència i pluralisme dels mitjans de comunicació públics. Aquesta és la principal conclusió de la primera Jornada sobre Consells professionals de ràdios i televisions públiques, organitzada pel Sindicat de Periodistes d'Andalusia (SPA) i la Federació de Sindicats de

Periodistes (resp), i hi participen Betevé, Catalunya Ràdio, Euskal Telebista, RTVE i Canal Sur.

**TRAVES AL FOTOPERIODISME.** El Sindicat de Periodistes denuncia les limitacions que pateixen els fotògrafs a l'hora de cobrir esdeveniments importants, com la conferència del president del Govern al Liceu del dia 21 de juny o l'assemblea de compromissaris del F.C. Barcelona del dia d'abans. El sindicat critica que les administracions s'escuden en la pandèmia per posar obstacles als professionals.

# MIRAVÉ CO

**C/Muntaner 239**

**Telf. 93 200 93 39**

*Ens hem unit, hem ampliat i seguirem creixent plegats*

**www.mirave.es**

**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

E08031283

### 23 de juny

**CREIX LA CONFIANÇA EN LES NOTÍCIES.** En l'època de la Covid-19 i l'expansió de les *fake news* a les xarxes, el nombre de persones al món que afirma seguir tenint confiança en les notícies creix un 6% respecte de l'any anterior i se situa en un 44%. És una de les principals conclusions del Digital News Report 2021 sobre el consum d'informació, un informe elaborat pel Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universitat d'Oxford.

**MENYS VIOLÈNCIA MASCLISTA A LA PREMSA.** Un estudi de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya constata que, el 2020, hi va haver un 61% menys de notícies sobre violència masclista. L'informe pren com a mostra els diaris *Ara*, *El Mundo*, *El País*, *El Punt*, *La Vanguardia* i *El Periódico*, que van publicar cent setanta-dues peces davant les quatre centres quaranta-dues del 2019, un descens que atribueixen a la situació "anòmala" de la Covid-19.

### 25 de juny

**NOU CORRESPONSAL ALS EUA.** Catalunya Ràdio anuncia que el periodista Francesc Garriga relleva Geni Lozano al capdavant de la corresponsalia de l'emissora a Washington aquest estiu. Lozano tornarà a Barcelona a l'agost per incorporar-se als Serveis Informatius. Garriga ha estat corresponsal d'Esports a Madrid i conductor dels programes *Tot Gira* i *El club de la mitjanit*.

### 28 de juny

**CRESPO, DIRECTOR D'INFORMATIUS DE RTVE.** El periodista Esteve Crespo (1963) és el nou director d'Informatius de RTVE. L'elecció de Crespo per encapçalar la direcció d'Informatius arriba després que la corporació fés marxa enrere, ja que en un principi havia validat per al càrrec l'actual directora d'Informatius de RNE, Mamem del Cerro.



Esteve Crespo en una imatge d'arxiu

### 29 de juny

**FACEBOOK LLANÇA BULLETIN.** Facebook fa el salt al món de les *newsletters* a través de Bulletin, una plataforma que ofereix la possibilitat de crear-ne de pagament o gratuïtes. L'aplicació en qüestió s'ha integrat a la interfície de la xarxa social Facebook, que ha contractat en exclusiva periodistes, escriptors i persones rellevants de tota la Xarxa perquè hi publiquin i d'aquesta manera ajudin a promocionar el nou producte.

### 30 de juny

**RECIPROCIATAT TELEVISIVA.** Plataforma per la Llengua organitza un debat sobre la reciprocitat de continguts en català entre TV3, À Punt i IB3 que enforteixi la unitat de la llengua. La tertúlia s'emet en directe via *streaming* i compta amb Joan Baldoví, de Compromís; Marta Rosique, d'Esquerra Republicana de Catalunya; Marisa Saavedra, d'Unides Podem; Pilar Calvo, de Junts per Catalunya; Vicent Sarrià, del PSPV-PSOE, i Albert Botran, de la CUP. L'acte va tenir com a moderador Manuel Lillo, director del setmanari *El Temps*. Els participants conclouen que per avançar cap a aquest horitzó cal el compromís polític dels tres governs autonòmics.

## JULIOL

### 1 de juliol

**LLOMBART, SECRETARI DE DIFUSIÓ.** El periodista Jofre Llobart, fins ara sotsdirector de RACI i RACI05, és nomenat secretari de Difusió de la Generalitat, depenent del Departament d'Economia i Hisenda. Llobart substitueix Miquel Gamisans en el càrrec. El periodista ha estat deu temporades a la ràdio del Grup Godó, vuit com a sotsdirector d'*El món a RACI* i dues més com a sotsdirector de RACI i RACI05.

**GONZÁLEZ, DIRECTOR DE L'INSTITUT RTVE.** El periodista Carles González accedeix al càrrec de director de l'Institut RTVE, un centre de formació del sector de l'audiovisual. González ha treballat gairebé sempre a la televisió pública, concretament a les àrees d'Esports, Informatius, Programes i Gestió. Entre 2013 i 2016, va ser director d'Informatius d'RTVE a Catalunya i, fins al febrer del 2020, va ocupar el càrrec de director al centre de producció de la corporació al Principat.

### 2 de juliol

**FESTA DE LES PETXINES.** El Teatret del Serrallo acull la vint-i-novena Festa de les petxines de la Informació, la tradicional gala organitzada per la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. La Petxina Daurada és per a la periodista esportiva Danae Boronat; la Petxina Tancada, per a la Confraria de Pescadors de Tarragona; la Petxina Oberta, per a la Sala Trono i la Petxina KMO, per al programa *Carrrer Major*, de Ràdio Ciutat de Tarragona.



Foto de família dels guardonats

**MÉS LECTORS DIGITALS.** Els lectors de premsa digital creixen un 27% respecte a dos anys abans. Així ho recull l'informe *Claves de la Informació* del primer trimestre del 2021, presentat per l'Associació de Mitjans d'Informació (AMI) i elaborat per Deloitte i Media Hotline. El nombre total d'usuaris únics multiplataforma que s'informen a través dels portals digitals és de 476 milions en tot el món.

### 4 de juliol

**LA GALERIA DELS HORRORS.** Reporters sense Fronteres publica una galeria de depredadors de la llibertat de premsa, que comprèn trenta-set caps d'estat o de govern de tot el món que posen traves a l'exercici lliure de la professió. Hi ha dues dones, Carrie Lam (Hong Kong) i Sheikh Hasina (Bangladesh) i un mandatari de la Unió Europea, Viktor Orbán (Hongria).

### 7 de juliol

**PETICIÓ DE PRESÓ PER A UN PERIODISTA.** La Fiscalia demana un any i mig de presó per a Albert García, fotoperiodista d'*El País* per dos delictes d'atemptat contra l'autoritat. Els fets es remunten a l'octubre del 2019, durant les manifestacions per la sentència del Procés quan, segons un agent del Cos Nacional de Policia (CNP), García l'hauria colpejat. El fotoperiodista ho nega i argumenta que només li va recriminar una empenta per impedir-li de fer la feina.

### 9 de juliol

**PLAÇA MARGARITA RIVIÈRE.** La periodista i assagista Margarita Rivière, que va morir el 2015, ja disposa d'un espai propi al districte de les Corts de Barcelona. Es tracta d'una plaça que recorda una "referent de la professió", tal com destaca en l'acte el degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Joan Maria Morros. L'homenatge és una iniciativa impulsada des del Col·legi de Periodistes, l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya i la família de Margarita Rivière.



Un moment de l'acte a Les Corts

### 14 de juliol

**EL PAÍS FULMINA CAÑO.** El grup Prisa comunica l'acomiadament al periodista Antonio Caño, després de gairebé quatre dècades vinculat a la capçalera *El País*, diari del qual va arribar a ser-ne el director. Actualment, Caño era assessor digital del periòdic i hi publicava una columna d'opinió al mes. Lluny d'acceptar la decisió, assegura que es tracta d'un "acomiadament per raons ideològiques".

### 15 de juliol

**MOR DE VRIES.** El periodista d'investigació neerlandès Peter R. De Vries, de seixanta-quatre anys, mor una setmana després d'haver estat tirotejat al centre d'Amsterdam. De Vries era un expert en la investigació del crim organitzat i la policia no descarta cap hipòtesi. El periodista va ser atacat, el 6 de juliol, quan sortia d'uns estudis de televisió on participava com a especialista.

**FONS, DIRECTOR D'INFORMATIUS DE TVE.** El periodista Pau Fons és nomenat director d'Informatius de TVE. Fins ara era director de RTVE-Balears, i ha estat redactor dels serveis informatius de RNE a Mallorca, redactor dels programes *Comando Actualidad* i *+Gen-te* i editor de l'informatiu balear. Va iniciar la carrera com a redactor d'informatius a Canal 9.



Fons en una imatge d'arxiu

### 18 de juliol

**ESPIONATGE MASSIU A PERIODISTES.** Una investigació d'un consorci de setze mitjans de comunicació, entre

## Atreveix-te a avançar professionalment amb la UOC

Perquè avançar mai ha estat tan fàcil, avui els col·legiats poden beneficiar-se com a **mínim d'un 10% de descompte en tota l'oferta formativa** de la UOC, gràcies a l'acord signat entre el Col·legi de Periodistes i aquesta universitat.

Demana el teu codi promocional a

**matriculacorporativa@uoc.edu**

i matricula't a la UOC amb els millors avantatges i descomptes.

Amb la UOC



Pots formar-te on tu vulguis i quan tu decideixes. Metodologia 100% online.



Aprèn dels millors experts, comparteix coneixement amb altres professionals



Desenvolupa la teva professionalitat amb la formació més innovadora.



els quals hi ha mitjans de referència mundial com *The Guardian*, *Le Monde*, *Süddeutsche Zeitung* i *The Washington Post* destapa una xarxa d'espionatge massiu a periodistes, activistes i advocats de tot el món per part de governs que fan servir el *software* Pegasus, que comercialitza l'empresa israeliana NSO Group. Segons la companyia, el programari està destinat només a interceptar comunicacions de delinqüents i terroristes.

## 22 de juliol

CARLES HEREDIA, DETINGUT. Els Mossos d'Esquadra detenen el periodista Carles Heredia, acusat de delictes d'atemptació contra l'autoritat, desordres públics i lesions lleus a un policia. Les presumptes agressions s'haurien produït durant una protesta contra un acte de vox a Valls el 7 de febrer. Heredia, que va cobrir a les xarxes les càrregues policials d'aquell dia, assegura que es tracta d'un "muntatge" policial.

## 23 de juliol

FOTOPERIODISME TARRAGONÍ. El Moll de Costa del Port de Tarragona inaugura l'exposició "Premi de Fotoperiodisme Camp de Tarragona", que reuneix les quaranta-vuit fotografies presentades a la 33a edició del Premi de Periodisme Mañé i Flaquer. Les instantànies mostren els principals fets que han tingut lloc a les comarques tarragonines des de l'1 de setembre del 2019 fins al 31 d'agost del 2020. Està previst que també s'exposi a Reus i Torredembarra.



Foto: Demarcació Tarragona

Un moment de la inauguració a Tarragona

MOVIMENTS A RTVE CATALUNYA. Rafael Lara és designat director d'Informatius de RTVE a Catalunya. El periodista ja havia exercit aquesta responsabilitat entre 2016 i 2020. Lara, que relleva Rosa Maria Quillet al càrrec, ha estat lligat a RTVE gairebé tota la carrera, a on va començar com a redactor d'Esports i al canal Teledeporte, per a passar més tard per les àrees de Societat, Política i Economia.

## 27 de juliol

PEPA BUENO, DIRECTORA D'EL PAÍS. El Consell d'Administració d'*El País* decideix nomenar la periodista Pepa Bueno nova directora de la capçalera. Bueno agafa el testimoni de Javier Moreno, que segueix vinculat al diari, tanmateix. Fins ara, Bueno presentava el programa *Horas25* a la Cadena SER, que compta amb més d'un milió d'oients. L'espai radiofònic passa a ser presentat i dirigit per Aimar Bretos.



El País

Bueno deixa la SER per dirigir *El País*

## AGOST

### 1 d'agost

YOUTUBE CONTRA LES FAKE NEWS. La plataforma YouTube confirma el bloqueig d'una setmana als continguts de la cadena Sky News Australia, després de ser acusada de difondre notícies falses sobre el coronavirus. Malgrat que YouTube no especifica els motius exactes de la suspensió, hi pot haver tingut un paper actiu la postura d'un dels locutors estrella de la cadena, Alan Jones, conegut per les postures contràries a les restriccions i a les mascaretes.

### 2 d'agost

EL MAPA DE LA CENSURA. L'observatori *Mèdia.cat* documenta en el Mapa de la Censura fins a setanta-vuit atacs a la llibertat d'expressió i de premsa durant els primers set mesos de l'any a Catalunya, País Valencià i les Illes. Una vintena d'aquests estan relacionats amb les mobilitzacions contra la detenció de Pablo Hasél el febrer. La categoria "Agressions físiques" acumula vint-i-un incidents, la més nombrosa, seguida de la d'"Amenaces, intimidacions i obstaculitzacions", amb dotze.

### 4 d'agost

TWITTER, AP I REUTERS S'ALIEN. Twitter suma esforços amb les agències Associated Press i Reuters per a combatre de manera proactiva les notícies falses que s'escampen amb tanta facilitat a la xarxa social. Així,

Twitter facilitarà informació precisa sobre una qüestió abans que es faci viral i sorgeixi informació errònia. AP i Reuters també proporcionaran comentaris sobre la verificació de dades a través de la plataforma Birdwatch, actualment en fase pilot.

### 6 d'agost

ACOMIADATS PER NO VACUNAR-SE. La CNN acomiada tres empleats per anar a treballar sense haver rebut la vacuna contra la Covid-19. Així ho revela la cadena en un comunicat en el qual expressen "tolerància zero" amb els que no respectin la pauta de vacunació durant el procés de tornada a les oficines. L'empresa no descarta demanar en un futur una targeta de vacunació per accedir a les instal·lacions a treballar.

### 9 d'agost

ATAC NEGACIONISTA A LA BBC. Nombrosos manifestants antivacunes assalten uns estudis de televisió on pensen que hi ha la seu de la BBC. El que no saben és que la cadena britànica es va mudar a unes altres instal·lacions fa vuit anys, i que allà només es graven alguns programes de la ITV. Els manifestants culpen la BBC de promoure les vacunes contra la Covid-19 i protagonitzen tensos enfrontaments amb la policia.

### 12 d'agost

POLÈMICA LLEI POLONESA. El parlament polonès aprova una polèmica llei per la qual es prohibeix que els mitjans de comunicació el propietari dels quals no resideixi a Polònia o a la Unió Europea puguin operar al país. La normativa provoca manifestacions en contra arreu del país i, de moment, només afecta una cadena de televisió, TVN, amb capital nord-americà i molt crítica amb Llei i Justícia, el partit del Govern.

### 18 d'agost

NOVETATS EN EL CAS CARUANA. Un dels empresaris més rics de Malta, Yorgen Fenech, és acusat de ser l'autor intel·lectual de l'assassinat de la periodista Daphne Caruana el 2017. Així ho expressen els fiscals en els documents judicials presentats. No hi ha data per al judici encara, però Fenech resta detingut des del mes de novembre del 2019 per la relació amb l'assassinat, amb cotxe bomba, de la periodista maltesa, que aleshores investigava una trama de corrupció al més alt nivell.

## 23 d'agost

CLAM PELS PERIODISTES AFGANESOS. Reporters sense Fronteres (RSF) exigeix al president dels Estats Units, Joe Biden, un pla especial d'evacuació per als periodistes i defensors dels drets humans afganesos que estan en perill per la tornada al poder dels talibans. L'entitat proposa crear corredors humanitaris i un perímetre especial. "Està en joc la imatge dels Estats Units com a defensor de la llibertat de premsa", declara Christophe Deloire, secretari general de RSF.

## 27 d'agost

NOU ATAC A LA PREMSA BIELORUSSA. El Tribunal Suprem bielorús dissol l'Associació de Periodistes de Bielorússia (BAJ), considerada l'única organització independent i representativa dels periodistes al país. D'aquesta manera, el país governat pel dictador Alexander Lukaixenko fa un pas més enllà per liquidar tot rastre de la llibertat de premsa i de la societat civil.

## 30 d'agost

JULIA OTERO TORNA A ANTENA. La periodista Julia Otero torna a posar-se al capdavant del programa *Julia en la onda*, el seu programa a Onda Cero, després de mig any de tractament contra el càncer. Otero va anunciar el passat mes de febrer que patia la malaltia i que abandonava temporalment el seu espai a la ràdio per sotmetre's a un tractament mèdic.



Foto: Atresmedia

Otero va anunciar al febrer que tenia càncer.

LA GRAN CONSULTA DE RTVE. Per conèixer l'opinió dels ciutadans, RTVE posa en marxa "La gran consul-

ta", una campanya transmèdia mitjançant la qual es vol saber quin és el model de radiotelevisió pública que volen els espectadors. Es tracta d'una iniciativa analògica i digital que pretén arribar a tots els racons d'Espanya perquè ningú se'n senti exclòs.

IMPULS A LA PUBLICITAT PROGRAMÀTICA EN CATALÀ. L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC), a través d'Amicmedia, ha entrat a formar part de l'accionariat de Catvertdata, una distribuïdora de publicitat constituïda per Jordi Cuminal que té com a principal objectiu portar la publicitat de grans marques als mitjans digitals en català; oferir una plataforma de capçaleres de proximitat; simplificar al màxim els diferents processos de planificació i compra dels espais publicitaris i, també, hipersegmentar els públics objectius per als anunciant. Des de l'AMIC remarquen que l'objectiu de l'entrada a Catvertdata és obtenir més ingressos per als seus mitjans associats.





## A Sabadell Professional som on hi ha els millors PROfessionals

Perquè treballem en PRO dels PROfessionals com tu per oferir-te solucions financeres pensades per als professionals del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Innovem constantment la nostra oferta de productes i serveis per ajudar-te a aconseguir els teus objectius i protegir els teus interessos

I, a més, comptem amb un equip de gestors especialitzats preparats per acompanyar-te i per donar resposta a les teves inquietuds i necessitats financeres.

Podríem omplir aquest anunci amb arguments i ofertes difícils de rebutjar, però preferim començar a treballar. Per això et convidem a contactar amb nosaltres i un gestor t'explicarà amb detall els avantatges que tenim per a tu.

T'estem esperant.



# Troba la tranquil·litat a Asisa

## ASISA SALUD

L'assegurança de salut més completa amb:

- Ampli quadre mèdic
- Gran xarxa hospitalària
- Avançats mitjans de diagnòstic i tractament
- Garantia de mascotes inclosa

## ASISA DENTAL

L'assegurança dental més completa amb:

- 50 Clíriques Asisa Dental
- Més de 1.800 especialistes
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament



I per a més tranquil·litat, posem a la teva disposició la **nostra plataforma de Medicina Asisa LIVE**, amb la qual podràs ser atès per un especialista a través del canal que prefereixis:



### Xat Mèdic

Un servei d'orientació mèdica disponible les 24 hores i amb resposta al cap de menys de 4 minuts



### Videoconsultes

Programa la teva cita en una gran varietat d'especialitats mèdiques



### Support Psicoemocional

Contacta amb un psicòleg a través de xat mèdic, trucada o videoconsulta



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

900 10 10 21  
asisa.es

asisa+