

• CAPÇALERA •

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Juliol 2022 · Núm. 190 · 8 €



GUERRA A LA INFORMACIÓ

El Kremlin combina la propaganda, la censura i les amenaces en el conflicte amb Ucraïna



Compromesos

amb la societat i amb tu

A CaixaBank tenim una manera diferent de fer banca, basada en la proximitat amb les persones, la innovació constant i el compromís social, amb l'objectiu de contribuir al progrés de les persones i de tota la societat.

05 CARTA DEL DEGÀ
EL SENTIT DE TOT PLEGAT
TEXT Joan Maria Morros

06 REPORTATGE
LA GRAN MENTIDA
TEXT Jordi Rovira

16 ENTREVISTA
"DEBILITAR EL SISTEMA AUDIOVISUAL
EN CATALÀ VA SER UN ERROR BRUTAL"
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergi Reboredo

20 REPORTATGE
FAQS FREELANCE
TEXT Francesc Ponsa

26 REPORTATGE
CREADORS
TEXT Susana Pérez-Soler

32 REPORTATGE
MÉS I MILLOR INVESTIGACIÓ
TEXT Adrián Caballero

36 REPORTATGE
DECÀLEG PER A LA SEGURETAT DIGITAL
TEXT Francisco J. Rodríguez Baena
IL·LUSTRACIÓ Carmen Casado

42 DOSSIER
ALGORITMES ÈTICS?
TEXT Patricia Ventura

48 DOSSIER
DEURES PENDENTS
TEXT Jaume Suau

52 DOSSIER
BAIXAR DE LA TORRE D'IVORI
TEXT Anna Clua

56 REPORTATGE
COMUNICACIÓ EFICAÇ
PER A PORTAVEUS
TEXT Elisabet Carvajal
IL·LUSTRACIÓ Albert Pinilla

60 REPORTATGE
UNA PROFESSION D'ALT RISC
TEXT J. M. Bielsa-Gibaja

66 REPORTATGE
ORIFLAMA
TEXT Josep Maria Figueres

DOSSIER
ÈTICA I PERIODISME AL SEGLE XXI

72 PERIODISTES AL MÓN
PERIODISTES A LA DIANA
TEXT Marta Saiz i Javier Sulé

80 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

82 LLIBRES
Joan Palomès

84 LA FOTO
Jordi Roviralta

86 OBITUARIS

88 DIA A DIA
Francisco J. Rodríguez Baena

98 COM ENS VEU...
Maialen Lleó

• Ç •

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 190

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 Núria Comellas Gaya
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
PUBLICITAT Martí Calsapeu i Vidal /
Xavier Puig
FOTO PORTADA Hennadii Naumov / Alamy

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

DEMACIONS
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 Jordi Grau, Josep Baubí,
Laura Alcalde, Esteve Giral, Núria de José
i Mar Martí
SECRETARI Xavier Vilà
TRESORER Jordi Català
VOCALS Pipo Serrano, Enric Sierra, Laura Saula,
Cristina Salvador, Susanna Quintana, Rosa
Gil, Montse Palau, Maria José Recoder, Jordi
Margarit, Cristina Calderer, Abraham Orriols,
Nil Via, Gemma Sánchez, Magda Gregori,
Ester Medico, Marta Bonilla, Arnau Martínez
i Eduard Font.

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

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

EL SENTIT DE TOT PLEGAT



Des del 24 de febrer, bona part dels minuts i dels programes informatius de ràdio i televisió i de les pàgines de diaris i revistes, tant en paper com en digital, es dediquen a explicar i analitzar la guerra a Ucraïna. Una guerra que ha portat periodistes i mitjans a entrar al país fins a primera línia per dir-nos què estava passant. Més que mai, el periodisme ha tingut un paper fonamental per entendre què està passant, què és el que ha conduït a aquesta situació i per desmentir les mentides, les *fake news*, la propaganda que en situacions com aquesta s'acostuma a produir.

Hem escoltat infinitat de vegades que el periodisme és la primera víctima de la guerra, però els professionals de la informació que han informat des d'Ucraïna, des de Rússia i des dels països del voltant han fet la



Foto: Efreim Lukatsky

"LA GUERRA D'UCRAÏNA HA POSAT UNA ALTRA VEGADA DE RELLEU LA IMPORTÀNCIA DE PODER FER LLIUREMENT LA FEINA D'EXPLICAR LA VERITAT"

feina d'explicar-nos la veritat. I han posat una altra vegada de relleu la importància de poder fer lliurement la feina per portar i explicar la veritat.

Des del Col·legi, l'últim trimestre, hem promogut espais de reflexió per escoltar el que ens han explicat alguns periodistes que han anat a Ucraïna. I hem donat eines i espais per analitzar i ajudar els professionals que han de treballar en situacions com aquesta. Perquè és una de les nostres obligacions.

Aquest número de CAPÇALERA es publica quan ha tingut lloc el procés electoral per escollir la nova Junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya: tant la Junta General com les sis juntes de demarcacions que tenim al país (Tarragona, Lleida, Girona, Catalunya central, Terres de l'Ebre i Barcelona). I els avals que hem rebut ens encorat-

gen a continuar defensant el periodisme, els i les periodistes, com a organisme de referència que som per a la professió al país. Som uns 4.200 col·legiats i col·legiades, la qual cosa fa que el Col·legi de Periodistes de Catalunya sigui la principal organització professional del país i el col·legi professional més important de l'Estat.

I com que tot això es deu en part a la feina que van fer el 1985 totes aquelles persones que van començar a formar part del Col·legi, els hem volgut retre homenatge. El maig passat vam organitzar un acte, senzill però molt emotiu, per agrair-los, entre altres coses, que formin part del Col·legi des del 1985..., fa prop de 37 anys. Un reconeixement que volíem haver celebrat el 2020, per al 35è aniversari, si bé la pandèmia ens va obligar a ajornar-lo fins ara.

I també ens ocuparem, encara més els pròxims anys, dels professionals que es dediquen a la comunicació corporativa, una de les sortides professionals més importants per als estudiants de Periodisme i Comunicació, i que tenen en el Col·legi la seva organització professional de referència.

Tenim quatre anys molt intensos per davant i volem comptar amb el suport i la participació de tothom que es dedica al periodisme i a la comunicació al país. Per això som el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

Ben cordialment,

Joan Maria Morros

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

deganat@periodistes.cat



Soldats ucraïnesos durant exercicis d'entrenament, a principis d'aquest any, provant material armamentístic nord-americà. Foto: Ministeri de Defensa d'Ucraïna

LA GRAN MENTIDA

Putin enganya el poble sobre la guerra d'Ucraïna
gràcies a la manipulació informativa

TEXT JORDI ROVIRA

La invasió d'Ucraïna està deixant moltes víctimes mortals, ferits i un gran nombre -milions- de refugiats. Però també hi ha un altre tipus de víctimes, les mediàtiques. Ens referim, a grans trets, a milions de ciutadans russos que consumeixen la desinformació del Kremlin i que desconeixen el que en realitat està passant al país veí. En aquest article, tant periodistes que coneixen bé la història de la ex-Unió Soviètica com professionals de la informació que han cobert aquest conflicte, reflexionen sobre la propaganda i les mentides llançades per Vladimir Putin i els seus. És la guerra contra el periodisme.

“Putin ha aixecat la camisa a tota una nació: ha enganyat els russos sobre la guerra d'Ucraïna de la mateixa manera que s'ha enganyat a ell mateix”, escrivia al maig la reconeguda periodista i escriptora nord-americana Maureen Dowd –guanyadora d'un Pulitzer– en la seva columna al *New York Times*.

La invasió d'Ucraïna es va iniciar el 24 de febrer i passarà a la història com un dels conflictes més importants del segle XXI pel gran nombre de morts, ferits i refugiats que implica, però, també, com exemple de com, tot i les noves tecnologies, el poder és capaç de desinformar i manipular el gruix de la població d'un estat com el rus que, amb 145 milions de ciutadans, és el novè país més populós del planeta.

REPORTERS SENSE FRONTERES HA DENUNCIAT LES "CONSEQÜÈNCIES DEVASTADORES SOBRE LA LLIBERTAT DE PREMSA A LA REGIÓ"

El 3 de maig, un mes i mig després de l'inici del conflicte, Reporters sense Fronteres presentava la classificació mundial de la llibertat de premsa i alertava de la situació: “Reporters assassinats i ferits sobre el terreny, una censura inèdita des del període soviètic, desinformació mas-

siva... a l'est d'Europa, la guerra de Rússia contra Ucraïna, més enllà del drama humà que suposa, està tenint conseqüències devastadores sobre la llibertat de premsa a la regió”. “A Rússia, –afegien– el poder ha assumit el control total de la informació, instaurant una censura de guerra creixent, el bloqueig als mitjans i la caça als periodistes crítics, que els empeny a l'exili massiu”.

Llibert Ferri també és molt crític amb la situació actual. L'excorresponsal de TV3 a l'Europa de l'Est i a Moscou entre 1987 i 2007 i autor de *Putin trenta anys després del final de l'URSS* (Edicions de 1984) assegura que “arran de l'atac a Ucraïna, Putin ha empès la llibertat d'informació cap al túnel del temps. La

censura que es viu aquests dies a Rússia és potser pitjor que la dels temps soviètics. Margarita Simonian, directora de la cadena RT i de l'agència Sputnik –la “ministra” de propaganda del règim putinista– està especialitzada en desinformació. Una autèntica experta en postveritat que ben

poc, o en res, pot envejar Joseph Goebbels”. “No és exagerat dir que la feina de Simonian és homologable a la censura densa i burocràtica dels temps de Stalin o Bréjnev”, assegura Ferri, que recorda que “els pocs mitjans o organitzacions lliures que quedaven a Rússia han estat tancats, com *Novaia Gazeta*, *Ekho Moskov* i *Memorial*”.

DESINFORMACIÓ HISTÒRICA

Les referències al passat han estat constants aquests mesos. En un article –“Ucraïna, una guerra (també) informativa”– a *Cambio 16*, Andreu Casero Ripollés, catedràtic de Periodisme de la Universitat Jaume I recordava que Rússia compta amb una llarga tradició en l'ús de la desinformació i la propaganda. “El seu origen es troba en la revolució bolxevic, que va generar la propaganda leninista, i en la guerra freda. Als anys cinquanta, el KGB, el servei de seguretat soviètic, va crear un departament específic per a la *desinformatsiya*, que posteriorment, va rebre la denominació de

SUPORT ALS PERIODISTES UCRAÏNESOS

Al març, el Col·legi de Periodistes es va afegir a la campanya impulsada per la Federació Internacional de Periodistes (FIP) i la Federació Europea de Periodistes (FEP) per tal de donar suport als periodistes que treballen a Ucraïna i que estan patint els efectes de la invasió russa. Una campanya a la qual ja s'han afegit altres entitats professionals, com el Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC). Amb aquesta acció, es demana al conjunt de la professió que contribueixi, en la mesura de les seves possibilitats, a fer arribar aquestes ajudes als companys a Ucraïna, que estan desenvolupant una tasca de vital importància, intentant informar la ciutadania sobre tot el que passa en aquesta guerra. Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya, es va fer una aportació econòmica a la campanya. Per col·laborar, ja sigui a títol individual o des d'un mitjà de comunicació, es pot fer des del web www.donorbox.org/donation-to-the-ifj-safety-fund-for-journalists-in-ukraine.

‘mesures actives’”. “Des de llavors, —proseguia— el seu ús estratègic no ha parat de créixer. La presa de consciència russa de la importància de la desinformació es va produir amb la invasió de Geòrgia el 2008. A partir d'aquest moment, es va edificar la doctrina de la *guerra de nova generació*, basada en la combinació del desplega-

"LA CENSURA QUE ES VIU AQUESTS DIES A RÚSSIA ÉS PITJOR POTSER QUE LA DELS TEMPS SOVIÈTICS" *Llibert Ferri*

ment bèl·lic per terra, mar i aire unit a la lluita per la informació i l'opinió en una dinàmica de guerra híbrida. Una cosa que s'està posant en pràctica a Ucraïna”.

En realitat, els russos han viscut poques èpoques sense manipulació informativa. “L'única etapa de llibertat de premsa és la *Glasnost* —la transparència informativa— que va acompanyar la Perestroika de Gorbtxov. Vaig viure de prop l'experiència i es difícil oblidar veure setmanaris com

EL 2008, A GEÒRGIA, ES VA INICIAR LA GUERRA DE NOVA GENERACIÓ, UN HÍBRID ENTRE DESPLEGAMENT BÈL·LIC CLÀSSIC I DESINFORMACIÓ

Ogonyok o *Moskowski Novosti* que en poc temps van mutar en mitjans semblants als de països democràtics. A més, com que eren de propietat pública —com tot a l'URSS— van poden organitzar-se en empreses dirigides pels treballadors. Allò es va acabar amb l'arribada de Boris Ieltsin i les privatitzacions en clau de fonamentalisme de mercat”, recorda Ferri.

CIUTADANS PASSIUS

Arran del conflicte a Ucraïna, l'escriptor nord-americà Jonathan Littell va publicar un article a mitjans com *Le Monde* o *New York Times* en què exigia respostes als seus amics russos i els demanava que s'aixequessin contra el president. “Tan drogats

i abduïts heu estat per aquest benestar que li devieu a Putin? Per què no dèieu res quan estaven matant periodistes?”, els retreia.

Ara bé, és possible un aixecament contra Putin? Les enquestes mostren un suport majoritari al líder rus, i en bona part s'explica pel control de la informació. Àlex Gutiérrez, cap de la secció de Mèdia de l'ARA, és escèptic respecte a un moviment contestatari rus.

“Igual que, durant la guerra de Vietnam, el periodisme va fer canviar la percepció d'aquella guerra fins al punt de fer-la aturar, també tinc la sensació que les feines periodístiques d'ara tenen poca capacitat. Perquè aquí l'agent agressor és Rússia i ho fa d'una manera totalment autàrquica i enfrontada a l'arena global on ells es valen per si mateixos amb amenaces terribles incloses. I, per tant, igual que al Vietnam o al Golf la informació va fer que creixessin moviments contraris a la guerra, en alguns casos determinants, aquí no veig en l'horitzó una dinàmica similar”.

Ferri tampoc ho veu possible, a curt termini. “Dissortadament els períodes democràtics a Rússia han estat tan efímers —1917-1918 i 1985-1991— que la gent, la societat, no ha tingut temps d'interioritzar el concepte de *llibertat* en el sentit liberal. Per això, ha estat possible tancar *Novaia Gazeta*, com setze anys abans havia estat possible assassinar la seva reportera Anna Politkóvskaia. Ben pocs es van mobilitzar per denunciar el crim. Es van imposar la por, la ignorància, la indiferència i la resignació. Com ara”, es lamenta.

A Politkóvskaia li van disparar quatre trets a l'ascensor de casa seva el dia que Putin complia cinquanta-quatre anys. Molts van intuir que era un autoregal d'aniversari. I com Politkóvskaia també

DIFERENTS MANERES D'EXPLICAR UNA GUERRA

Des del conflicte de Crimea, a mitjan segle XIX, fins a l'actualitat ha anat canviant la cobertura dels conflictes bèl·lics i com aquests han arribat a la ciutadania

No totes les guerres s'han explicat de la mateixa manera. I això no és un fet menor, ja que la cobertura dels conflictes condiciona la resposta dels poders polítics i l'actitud dels ciutadans respecte del que passa al camp de batalla. Des de la primera guerra moderna, a mitjan segle XIX, fins a avui en dia, hi ha hagut diversos conflictes que han marcat, informativament parlant, punts d'inflexió.

CRIMEA

La primera guerra fotografiada

La guerra de Crimea, que va començar el 1854, va ser la primera guerra moderna – es feia servir artilleria de llarg abast – però també perquè va ser la primera guerra fotografiada. El conflicte entre Rússia i l'Imperi Otomà va comptar amb la presència del fotògraf britànic Roger Fenton, que anava amb un carro tirat per quatre cavalls a dins del qual hi havia un laboratori de revelat. Va fer unes tres-centes fotografies, si bé no va retratar cadàvers de soldats ni ferits de guerra, atès que la Reina Victòria l'havia enviat allà per evitar desmoralitzar la societat britànica. Una neteja d'imatge que va tenir lloc, precisament, en territori de l'actual Ucraïna.

VIETNAM

La primera guerra televisada

La cobertura dels conflictes bèl·lics va viure un punt d'inflexió amb la Guerra del Vietnam, on van anar més de sis-cents periodistes acreditats d'arreu del món. La televisió, sobretot, va potenciar encara més l'atenció sobre els combats i per

això es considera aquell conflicte com la primera guerra televisada de la història. La forta pressió de l'opinió pública va ser la causa principal de la retirada dels Estats Units. I aquí els mitjans de comunicació hi van tenir un paper clau, ja que van difondre les atrocitats comeses en el conflicte.

IRAQ

La primera guerra en directe

Des del Vietnam, molts governs han intentat que no es torni a donar un excés d'informació que els pot ser contraproduent. El 1991, va tenir lloc la guerra del Golf, considerada la primera guerra televisada en directe –un pas més després del Vietnam– que es va poder seguir còmodament des del sofà de casa. Això sí, veient les retransmissions de la CNN amb bombardeigs llunyans. No es veien els “danys col·laterals”, és a dir, la mort de civils. Va quedar clar que els polítics havien après la lliçó del Vietnam.

SÍRIA

La primera guerra a les xarxes

El pas següent es va donar a la guerra de Síria, iniciada el 2011. “Va ser la primera guerra que podies seguir per les xarxes socials. En aquell moment, hi havia més llibertat a Internet i el flux d'informació era continuat”, assegurava Iago Moreno, sociòleg expert en fenòmens digitals en un article a *El Periódico de España*, en què recordava com l'ISIS pujava a les xarxes els vídeos de les decapitacions dels presoners, que van provocar una gran polèmica.

UCRAÏNA

La primera guerra de Tik Tok

Carme Colomina, periodista i investigadora principal al CIDOB, escrivia a l'ARA que la guerra d'Ucraïna és “una guerra filmada, retratada i retransmesa com cap altre conflicte fins ara”. Però també hi tenen un paper clau les xarxes socials, com havia passat a Síria. Alguns mitjans, de fet, ja anomenen la guerra d'Ucraïna com la primera guerra de Tik Tok i *The Times* avisava que a la plataforma xinesa hi havia més de sis-cents milions de visualitzacions sota l'etiqueta #ukrainewar.



Imatge de la guerra del Vietnam

TWITTER NO ÉS STALINGRAD

No va ser Twitter qui em va passar el relleu periodístic. Va ser la batalla de Stalingrad. El primer dia que vaig entrar de becari a *La Vanguardia*, l'any 1988, vaig seure al costat d'un senyor gran que escrivia tot teclejant una màquina Underwood. Ens vam saludar i presentar. Es deia Josep Casán, i li vaig preguntar quin any havia entrat a treballar al diari i què hi feia llavors. Em va dir que hi va entrar el 1942 i que feia els mapes de la batalla de Stalingrad. I així em van passar el relleu d'aquest ofici, en un temps en què encara s'informava des del present, no des del futur.

Vaig cobrir el primer mes de la guerra d'Ucraïna. Tot i ser una guerra antiga, en blanc i negre, té molt de Segona Guerra Mundial. És el primer gran conflicte de l'era TikTok. Impactat

“VIVIM EN EL FUTUR IMMEDIAT. ENS ANGOIXEM, I RES MILLOR CONTRA L'ANGOIXA INFORMATIVA QUE EL REPORTERISME”

per les xarxes socials i la seva furibunda immediatesa. En aquest sentit, però, no és una guerra amb més *fakes* que altres de recents.

Fa poc, vaig escoltar per la ràdio que les persones que viuen en el passat pateixen depressió i que les que viuen

en el futur pateixen angoixa. I em fa la sensació que les xarxes socials, amb la pluja d'immediatesa i en una guerra com la ucraïnesa, ens angoixen –i angoixen la informació– perquè no ens deixen viure en el present. Ens empenyen constantment cap al futur. És com si l'imparable bombardeig informatiu no ens donés el temps necessari no tan sols per contrastar o reflexionar, sinó per respirar. La sensació que, d'una manera o altra, ens roben el present. Vivim en el futur immediat. Ens angoixem, i res millor contra l'angoixa informativa que el reporterisme. Els reporters dubtem; els tertulians, no. Als reporters ens agrada que el món ens sorprengui; als opinadors, no. Els reporters respirem, Twitter, no. El reporterisme és l'essència del periodisme. És una eina informativa i de coneixement que descansa sobre el present, i a Ucraïna ho he vist molt clar: l'estem perdent. No perquè no s'hagi exercit –s'han fet molts bons reportatges– sinó perquè no li veig un sòlid relleu generacional. Twitter mai serà Stalingrad.



Plàcid Garcia-Planas, periodista

han mort altres professionals consagrats. El 1995, van matar a trets Vladislav Listiev, cap d'Informatius de la televisió pública i, nou anys després, Paul Klebnikov, director de l'edició russa de *Forbes*, era tirotejat al centre de Moscou. Crims que segueixen sense ser investigats.

EL FRONT DIGITAL

A Rússia, s'han sumat la tradició desinformativa amb activitats pròpies del segle XXI. Perquè ara la batalla pel relat també passa per les xarxes socials. Mesos enrere, una periodista del mitjà rus *Fontanka* explicava com s'havia infiltrat en una granja de trols que comptava amb departaments per a cada xarxa social. És el front cibernètic del Kremlin.

En el seu article, Casero Ripollés recorda que “el Kremlin ha estat pioner en el

desplegament de l'*astrosurfing*, que consisteix en la creació artificial de tendències d'opinió mitjançant la manipulació i la

LA INTOXICACIÓ DIGITAL VA A CÀRREC DE L'AGÈNCIA D'INVESTIGACIÓ D'INTERNET, AMB LLIGAMS AMB EL SERVEI FEDERAL DE SEGURETAT RUS

intoxicació informativa a les plataformes digitals. Per això es recorre a bots i trols. Una activitat que porta a terme l'Agència d'Investigació d'Internet, amb nexes amb el Servei Federal de Seguretat rus”.

Gutiérrez, en un article a l'*ARA* –*Un exèrcit de trols (a 420 euros al mes)*– recordava que l'Agència d'Investigació d'Internet està vinculada a l'oligarca Evgueni Prigojin, que, el 2015, fins a un miler de bloguers hi treballaven al seu edifici a Sant Petersburg

i que va ser acusada d'haver interferit en el procés electoral americà, tot i que, per sistema, neguen qualsevol relació amb

l'estructura de poder liderada per Putin. En aquest mateix article també citava SouthFront, web molt activa durant l'annexió de Crimea

i que s'ha convertit en un dels “pilars de l'ecosistema rus de desinformació i propaganda”, tal com el 2020 denunciava un informe pel Global Engagement Center del Departament d'Estats dels Estats Units.

“Aquestes agències –assegura Gutiérrez– són un element més de desinformació. I els mitjans en parlem molt perquè, evidentment, són la novetat. Quan parlem de Stalin parlem de les fotos retallades, mentre que ara parlem de la granja de



Un ciutadà es manifesta a Glasgow contra la invasió d'Ucraïna amb una pancarta que compara Putin amb Hitler. Foto: Jeremy Sutton-Hibbert / Alamy

trols. Però sí que crec que influeixen. Part de la polarització que regna a les xarxes, no només amb Rússia, es basa justament en això. En llançar narratives que tinguin un mínim de solidesa i aleshores esperar que, espontàniament, capes de gent que estan descontentes, que són susceptibles i que, en general se senten atretes per aquest tipus de narratives conspiranoiques, les comprin”. “Però vull deixar clar —afegeix— que no partim de la base que tot el que diu Occident és veritat, que tot el que diu la banda ucraïnesa és veritat i que tot el que diu Rússia és mentida. Però és evident que cadascú defensa la seva narrativa”.

DESERCIONS A LES REDACCIONS

I davant d'aquesta manipulació, què hi diuen els periodistes russos? La imatge de la periodista Marina Ovsyannikova al

plató del principal informatiu de la televisió russa amb un cartell contra la guerra i la propaganda va donar la volta al món. L'acte de rebel·lia va deixar clar que en l'ecosistema mediàtic rus hi ha esquerdes i no tots segueixen a ulls clucs les consignes del Kremlin. Maria Baronova —exeditora en cap de RT— va renunciar al càrrec,

PERIODISTES RUSSOS COM MARIA BARONOVA, ZHANNA AGALAKOVA, LILIA GILDEYEVA O VADIM GLUSKER HAN DECIDIT RENUNCIAR A LA FEINA

Zhanna Agalakova —periodista de Piervy Kanal— va deixar la corresponsalia a Europa i dos periodistes consagrats com Lilia Gildeyeva i Vadim Glusker van renunciar a la feina a la cadena ntv. I el periodista Roman Super va assegurar —malgrat no estar verificat— que molts treballadors del

servei de notícies Vesti estaven abandonant el lloc de treball. Diferents informacions parlen de baixes i desercions.

Amb tot, això no implica que els grans mitjans acabin reconeixent informacions que ara neguen o amaguen. “No crec que *Rusia Today* o *Sputnik* admetin aquestes

informacions perquè equivaldria a reconèixer obertament que han enganyat i, per tant, la sortida més honrosa seria tancar el mitjà. Un

mitjà es pot equivocar, si bé admetre que has mentit seria fort. Per tant, intentaran recol·locar-se, però mai més ja no tindran cap finestra que no sigui un públic marginal, persones que volen consumir opinió i notícies anti-Estats Units, anti-OTAN, anti-Occident”, afirma Gutiérrez.

LA GUERRA A TIK TOK

Les xarxes socials s'han convertit en cronistes imperfectes en temps de guerra

Si el Vietnam va ser la primera guerra televisada i la Primavera Àrab, el primer conflicte global seguit per Facebook i Twitter, la d'Ucraïna és la primera guerra de Tik Tok. La plataforma va oferir les primeres pistes de la invasió russa i, des de llavors, ha estat un dels canals principals per seguir el conflicte.

La Casa Blanca, conscient que les guerres no només es guanyen amb tancs i avions, ha reunit trenta estrelles de Tik Tok per donar-los claus sobre el que passa en territori ucraïnès des de la invasió russa per tal de frenar la propaganda del Kremlin i aconsellar els joves sobre un bon consum de la informació, tal com va explicar Taylor Lorenz, periodista especialitzada en cultura d'Internet, al *Washington Post*.

Però, per què Tik Tok s'ha convertit en una de les xarxes més utilitzades, sobretot entre els joves, per seguir la informació de la guerra? "L'èxit de la plataforma es deu al format, basat en els vídeos curts, que és la manera en què el públic jove accedeix a la informació", explica Patrícia Coll, directora del grau en Periodisme i Comunicació Corporativa de la facultat Blanquerna. A més, la proximitat dels vídeos gravats pels usuaris elimina qualsevol barrera emocional i estableix una empatia més gran entre els emissors i els receptors que quan la informació es consumeix a través dels mitjans tradicionals.

"L'habilitat de la plataforma per reconèixer els nostres gustos és inqüestionable", afegeix Ferran Lalueza, professor dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC i investigador del Grup Aprenentatges, Mitjans de Comunicació i Entreteniment-Comunicació i Nous Mitjans. "La precisió algorítmica de Tik Tok, a diferència d'altres xarxes socials, prové del fet que, en pocs segons, a través del seu feed vertical, decidim quins vídeos consumim. A partir d'aquest consum, la xarxa et mostra vídeos similars als que ja has vist", afegeix.

EN TEMPS REAL

Ucraïna no és el primer conflicte que es documenta a través de les xarxes socials. La Primavera Àrab va utilitzar Facebook i Twitter per organitzar les protestes i retransmetre les imatges si bé, en els darrers anys, els telèfons intel·ligents s'han tornat millors per capturar i transmetre esdeveniments en temps real i les plataformes socials s'han orientat més cap al contingut audiovisual. Així, un gran nombre de civils ucraï-

nesos han fet servir els mòbils com a armes per defensar-se i documentar la invasió russa en detall..

En aquest sentit, destaca el cas de la Valeria Shashenok, una fotògrafa de vint anys, que va passar d'una vida tranquil·la a Txernígov, ciutat al nord d'Ucraïna, a ficar-se sota terra en un soterrani per protegir-se dels bombardeigs russos. El seu viatge al tren d'evacuació suma a Tik Tok més de disset milions de visualitzacions: se'n va anar sense passaport ni pertinences, mentre que els seus pares segueixen a Ucraïna. La retransmissió diària de la guerra li ha valgut el sobrenom d'*Anne Frank*.

FIABILITAT I DESINFORMACIÓ

Les xarxes socials també han estat un focus de desinformació i propaganda russa. A principi de març, poc després de començar la guerra, plataformes de verificació com Verificat, Newtral o Efe Verifica van informar que, en només cinc dies, havien detectat més de cinc-centes notícies falses sobre el conflicte.

En l'altre extrem, han servit per alertar de l'inici de la guerra i conèixer en detall estratègies militars de les tropes russes com de les ucraïneses. Molta informació rellevant de la invasió ja no la donen els espies ni els satèl·lits militars, sinó que

LA CASA BLANCA VA REUNIR TRENTA ESTRELLES D'AQUESTA XARXA SOCIAL PER DONAR-LOS LES CLAUS DEL QUE ESTÀ PASSANT A UCRAÏNA

és a l'abast de tothom a través dels mapes de Google. Per això es multipliquen els experts en intel·ligència de fonts obertes dedicats a recol·lectar, analitzar i prendre decisions amb dades.

Així doncs, les xarxes socials, en general, i Tik Tok, en particular, han esdevingut cronistes imperfectes en temps de guerra: en alguns casos han col·laborat a viralitzar la desinformació mentre que en d'altres han estat la font més fiable que tenim.

Susana Pérez-Soler



Marina Ocsyannikova, editora de Channel One, va fer-se famosa per la protesta, en directe, contra la propaganda russa.

CENSURA I XARXES

Una de les grans lliçons de la guerra d'Ucraïna és, doncs, que la censura encara és possible. “Tot indica que, malgrat que una minoria de russos amb coneixements informàtics poden fer els ponts pertinents i informar-se amb fonts externes, la maquinària mediàtica russa lligada a l'Estat té una capacitat enorme d'influir en l'opinió pública. I, per tant, és un exemple de com un estat potent i tenyit d'autoritarisme pot controlar encara molt, en gran mesura, la informació”, explica Gutiérrez.

Ara bé, la desinformació no sempre prové de dalt. Sovint, com explicava Gutiérrez, són els mateixos ciutadans els que difonen les teories conspiranoiques que corren per Internet. Palacios explica com després de veure amb els seus propis ulls les atrocitats de Butxa —amb centenars de cadàvers de civils, en alguns casos de famílies sence-

res— va haver de lidiar amb persones que des de les xarxes li asseguraven que les matances no eren reals.

“La reacció visceral davant de les mentides i la desinformació a les xarxes és acabar-ne fart, però després, amb el temps, penso en la manca de cultura de la informació de la ciutadania. Els que em preocupen són les persones que diuen el

LA MAQUINÀRIA MEDIÀTICA RUSSA EXEMPLIFICA COM UN ESTAT POTENT I AUTORITARI ENCARA POT CONTROLAR LA INFORMACIÓ” Àlex Gutiérrez, *ARA*

que diuen sense mala fe. Gent que no sap informar-se. Perquè ara és més complex informar-se i ningú ensenya com s'ha de fer. I no tothom coneix, com sabem els periodistes, com funciona la indústria de

la informació. Algú els ha d'ensenyar a informar-se”, afirma el reconegut fotoperiodista.

CRIMS DE GUERRA

Palacios va ser el principal impulsor, arran de la pandèmia, del que es coneix com a Arxiu Covid, en el qual es van implicar centenars de fotògrafs i videògrafs de tot

Espanya i que ha aconseguit crear un fons d'imatges que recordi, per sempre més, el que va passar. Quan encara cueja la pandèmia, el con-

flicte d'Ucraïna ha donat, de nou, un altre sentit a les fotografies dels fotoperiodistes. Poden ser una prova dels crims de guerra de l'Exèrcit rus? “Totalment”, admet Palacios. I es remet a Butxa. “Vaig donar al

CUIDAR LA SALUT MENTAL (DELS PERIODISTES)

Consells per als professionals de la informació que informen de la guerra d'Ucraïna

A finals de març, en l'article *Els perills d'un excés de guerra*, publicat al *Report.cat*, s'explicava com la hiperinformació constant sobre la guerra d'Ucraïna provoca confusió i angoixa generalitzada entre la ciutadania, afectant-li el dia a dia. "Estrès, treball ineficient i desmotivació són alguns dels símptomes més evidents de la sobrecàrrega informativa, agreujada, a més, per la recent pandèmia viscuda a nivell global", alertava la periodista Irene Riart a l'article, que recordava que "la cobertura de notícies traumàtiques i les imatges que inunden les xarxes socials poden afectar la salut mental dels espectadors".

En aquest sentit, Roxane Cohen Silver, investigadora de la Universitat de Califòrnia sobre temes vinculats a la cobertura

L'INSTITUT REUTERS DE LA UNIVERSITAT D'OXFORD HA PUBLICAT UNS CONSELLS PER ALS PROFESSIONALS QUE TREBALLEN AMB MATERIAL DEL CONFLICTE

mediàtica i trauma, recordava a la revista *Time* que la cobertura de notícies sobre la pandèmia ha generat una

angoixa mental en moltes persones, a la qual ara cal afegir la guerra. I això, segons Cohen Silver, "pot empitjorar aquests sentiments".

Aquesta experta també ha assegurat que les persones propenses a tenir atacs d'ansietat acostumen a buscar informacions de crisi per alimentar un cicle constant d'angoixa del qual després és difícil sortir-ne. Molts especialistes també recorden que la sobreexposició a informació bèl·lica ens pot tornar menys empàtics, convertint-nos en una mena d'autòmats emocionals.

Però si la ciutadania, exposada a sobreinformació sobre el conflicte, pot patir problemes de salut mental els professionals de la informació que treballen amb aquest material encara més. Tres setmanes abans de l'article del *Report.cat*, l'Institut Reuters per a l'Estudi del Periodisme –prestigiós centre de recerca i de reflexió de la Universitat d'Oxford sobre temes que afecten els mitjans de comunicació– publicava un article en què la periodista Hannah Storm, fundadora de Headlines Network, que assessora les redaccions sobre qüestions de seguretat i salut mental dels periodistes, donava una sèrie de consells als professionals de la informació que treballen amb el material informatiu del conflicte. Són els següents:

MANIPULAR AMB CURA

Storm es refereix al material sobre Ucraïna que molts professionals han de processar com "una mena de material radioactiu". "Per tant, –aconsella– heu de tractar el material que esteu veient, les coses que arriben, les imatges traumàtiques que arriben d'una manera diferent a la que podríeu tractar altres coses per reconèixer el fet que aquest material serà difícil de manejar i, per tant, heu de limitar la vostra exposició". Quan es tracta de fotos i vídeos molestos, Hannah suggereix centrar-se en un detall com ara un color, allunyat de la part més traumàtica de la imatge, o minimitzar la pantalla, per ajudar a situar el que s'està veient en el context en què un es troba. Per als vídeos, suggereix mirar primer els elements visuals sense l'àudio, que s'afegiria després.

LIMITAR-NE L'EXPOSICIÓ

"Crec que el primer serà limitar la teva exposició al material pel que fa al que veus, quant de temps el veus, on ets quan el gestiones", diu Hannah, que suggereix posar-se un límit de temps per tractar amb el material més molest abans de fer una pausa.

RECONEIX QUE T'AFECTA

"En el treball que he fet al voltant de la salut mental, una de les coses que és realment important és la consciència i notar com ens afecta aquesta imatge", diu Hanna. "Portem traumes en diferents llocs del nostre cos. Així que el meu cor podria començar a bategar o els meus palmells podrien suar o la meva respiració podria ser una mica més ràpida. És important donar-se'n", recalca.

RESPECTA ELS LÍMITS

"Hem establert una sèrie de paràmetres per protegir-nos i per crear una separació entre la nostra vida laboral i la nostra vida domèstica. És encara més important assegurar-se que aquests límits siguin estancs en situacions com aquesta", assegura Hannah.

PARLA-HO AMB ALGÚ

"Parla amb algú. Trobeu algú en qui confieu o amb qui podríeu connectar sobre això i reconèixer-li que aquestes imatges poden tenir un impacte en vosaltres", afirma Hannah. Sobretot fes-ho si treballes a distància i no pots disposar d'una xerrada espontània amb un company de feina.



La imatge de refugiats fugint d'Ucraïna ha estat una constant a les notícies des de l'inici de la guerra, el 24 de febrer. Foto: Alamy

New York Times una foto que vaig fer allà el 2 d'abril perquè l'equip d'investigació demostrés que vuit homes havien estat

FACEBOOK, INSTAGRAM I YOUTUBE HAN BLOQUEJAT ELS CANALS DELS MITJANS PRORUSSOS I HAN TRENCAT, AIXÍ, L'HABITUAL NEUTRALITAT

executats, alguns d'ells lligats de mans. I el *New York Times* ha pogut demostrar que la matança va passar el 4 de març”, explica. “Avui en dia, quan tot es qüestiona, em sembla que imatges com aquestes són fonamentals”, conclou.

Tot i així, mitjans com el *New York Times* no estan sols. Bellingcat, plataforma de periodisme d'investigació, ha creat una base de dades per preservar i arxivar els vídeos i fotografies verificades dels civils ucraïnesos per si un dia poden servir com

a evidències de la comissió de crims de guerra o de lesa humanitat. I hi ha més plataformes implicades. Facebook, Instagram i YouTube han bloquejat els canals dels mitjans prorussos i han trencat, així, l'habitual neutralitat. I l'Atlantic Council, una fàbrica d'idees (*think tank*) nord-americana especialitzada en assumptes internacionals, ha llançat el web Disinfoportal, dedicat a contrarestar la desinformació russa.

Malgrat totes aquestes iniciatives, actualment milions de ciutadans russos continuen creient-se les diferents informacions difoses pels mitjans oficials i que segueixen les consignes del Kremlin. “No conec Rússia, però em pregunto com pot ser que al segle XXI em pugui controlar la informació d'aquesta manera”, assegura Palacios. “Aquest és el documental que hauria d'estar fent la BBC. Perquè això va més enllà de posar simplement una mordassa a la llibertat d'informació”, conclou. Ç

Més informació a:

Putin trenta anys després del final de l'URSS, de Llibert Ferri (Edicions de 1984, 2021)

www.cambio16.com/ucrania-una-guerra-tambien-informativa ›

Article d'Andreu Casero Ripollés a *Cambio 16*

www.ara.cat/media/exercit-trols-russos-420-euros-mes_1_4316811.html ›

Article d'Àlex Gutiérrez a l'ARA





"DEBILITAR EL SISTEMA AUDIOVISUAL EN CATALA VA SER UN ERROR BRUTAL"

Montse Armengou, directora del programa *Sense Ficció* de TV3, fa trenta-set anys que treballa a la televisió pública catalana, on s'ha fet un nom gràcies a documentals d'investigació històrica, realitzats amb Ricard Belis, com *Els nens perduts del franquisme*, *Les fosses del silenci* o *Els internats de la por*. En aquestes pàgines, Armengou repassa moments de la seva trajectòria, però també analitza l'evolució de TV3 i l'estat del gènere documental, que actualment viu un moment d'auge a tot el món.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGI REBOREDO

A set anys ja volies ser periodista.
Això diuen (*riu.*)

Al teu compte de Twitter dius que ets "neta i filla de gent del mercat de Santa Caterina". Vaig pensar que potser tot havia començat escoltant les històries de la clientela, però he llegit que la culpa va ser dels llibres.

De petita, no jugava amb nines ni platerets, sinó que simulava que escrivia. I els meus fills han pagat que sigui poc juganera. Soc més d'acció i de llegir. Però el mercat també va ser una experiència vital, un aprenentatge. Ara no concebo cap viatge sense passar per un mercat. Els meus pares ens van deixar estudiar el que volíem —la meva germana és veterinària i jo periodista— si bé ens van dir que saber l'ofici era un pla B. I, vuit anys enrere, quan va haver l'ERO a TV3, jo vivia

a Viladecavalls i obria un supermercat on buscaven una carnissera, i vaig pensar que el meu pare tenia raó. És un pla B.

Et vas plantejar deixar el periodisme i posar-te de carnissera?

Vaig decidir que si era una de les afectades per l'ERO, deixaria la professió. Havia estat en un dels millors mitjans del sistema audiovisual en català i si el sistema m'expulsava jo no aniria a piular al sistema. Però no va ser així, i aquí continuo. Realment, va ser un moment molt crític del qual encara ens ressentim.

Sí?

Sí. Ara la gent veu que els nens no consumeixen audiovisual en català. Debilitar el sistema audiovisual en català —especialment el públic— va ser un error brutal. Hi ha les demandes legítimes de la ciutadania

—que siguem una empresa moderna, que ens posem les piles, etc.— ara bé, el discurs interessat sobre l'aprimament del capital humà d'aquesta casa em semblen agressions, com a mínim, no ben informades. Per no dir, algunes vegades, malintencionades.

T'incomoda el discurs recurrent que diu que a TV3 hi ha massa treballadors i que això provoca que no hi hagi pressupost per externalitzar?

Evidentment, tot i així segueixes treballant. En deu anys ens han reduït el pressupost a la meitat. I això en un moment en el qual els reptes a nivell de canals, dispositius multimèdia, etc., són cada cop més exigents. I és evident que som en un focus permanent. Quan no se'ns ataca amb els salaris, es fa amb la plantilla o políticament. És una mica cansat, sobretot quan després hi ha un atemptat brutal a la

PERFIL

Montse Armengou i Martín (Barcelona, 1963) és llicenciada en Ciències de la Informació (UAB). Es va iniciar en la premsa escrita i, el 1985, amb vint-i-un anys, va entrar a TV3, on ha treballat a *30 Minuts* i *Sense Ficció*, del qual és directora des del 2017. Especialitzada en investigació històrica, amb Ricard Belis ha dirigit documentals com *Els nens perduts del franquisme* (2002), *Les fosses del silenci* (2003), *Ravensbrück, l'infern de les dones* (2005), *Torneu-me el fill!* (2011), *Monarquia o república* (2012), *Avi, et traureu d'aquí* (2013) o *Els internats de la por* (2015). Ha publicat la versió literària dels seus documentals, és membre de diversos jurats internacionals i ha estat professora resident a la Universitat de Nova York. Armengou i Belis han obtingut guardons com el Premi Nacional de Periodisme, el Josep Maria Planas de Periodisme d'investigació o el premi Bones Pràctiques de Comunicació no Sexista.

Rambla o una pandèmia i la resposta, a partir de les avaluacions fetes, és que som en un notable altíssim, tocant a l'excel·lent, a més dels resultats d'audiència.

Des de l'associació ProDocs asseguren que, el 2011, invertíeu 1.300.000 euros en documentals i que, el 2020, només hi vàreu dedicar 178.000 euros...

Tenen tota la raó. El que passa és que jo diria que no s'han de queixar a TV3, sinó a l'Administració o als polítics que ens atorguen el pressupost.

Al llibre *Objectiu TV3*, l'Àlex Gutiérrez relata com l'inici no va ser fàcil. Com valors tota l'evolució?

Si quaranta anys enrere diguéssim on és avui TV3 es pensarien que ens hem

begut l'enteniment. Malgrat les múltiples imperfeccions i els problemes econòmics, és una televisió única en el panorama de l'Estat espanyol. De vegades sí que penso,

"DE PETITA, NO JUGAVA AMB NINES NI PLATERETS, SINÓ QUE SIMULAVA QUE ESCRIVIA"

però, que abans hi havia més gosadia a plantejar segons quins formats.

Es va innovar molt.

Hí va haver programes capdavanters i formats trencadors. Trobo a faltar aquella frescor i atreviment, que sovint anava lligat, no només als professionals que podies fixar, sinó als diners que tenies. Ara ens falta joventut i calés per poder ser més ambiciosos. I, tot i això, és fabulós on som. I com a professional vinculada als serveis informàtics, els canvis a la redacció han estat espectaculars. La ingerència i manca d'independència de l'inici eren increïbles. Res a veure amb avui. No estic fent un relat de flors i violes, sinó que estic dient que els continguts i les decisions s'han professionalitzat cada cop més. Les trucades han minvat i hem tingut directors d'Informatius amb una capacitat

"QUAN HI VA HAVER L'ERO VAIG DECIDIR QUE, SI ERA UNA DE LES AFECTADES, DEIXARIA LA PROFESSIÓ"

impressionant de parar-les. I espero que segueixi així.

Parlant d'ingerències, l'escàndol pel documental *Monarquia o República*, que vas fer amb en Ricard Belis i que va estar dos anys congelat, ara vist amb perspectiva no queda molt ridícul?

Absolutament. Va ser un disgust professional i personal enorme i, d'alguna manera, no m'he acabat de recuperar mai. Encara ara no ho entenem, tot i que,

gràcies a coses com el llibre de l'Àlex Gutiérrez, anem entenent més coses. És un dels documentals més equilibrats que he fet. Pràcticament, hi havia un

cinquanta per cent a favor i un cinquanta per cent en contra de cada opció. Fins i tot teníem indicis del cas Noos i no hi vam entrar perquè

pensàvem que potser ja en fèiem un gra massa. Realment era naïf, infantil i, vist amb perspectiva, no deia res. El 2010, es va perdre l'oportunitat de ser pioners en plantejar coses que no es plantejaven. El que més ens va doldre és que mai se'ns va donar una explicació feaent.

On sí que vàreu poder ser pioners va ser amb la memòria històrica des-tapant escàndols com el robatori de nens durant el franquisme. I al documental *Els internats de la por* tractàveu els abusos que patiren infants als internats franquistes. Ningú no havia tocat aquest tema abans, però és que estem parlant del 2015...

I ja anàvem tard llavors, però també hi ha un procés maduratiu de les víctimes dels crims del franquisme, que han anat necessitant un marc de confiança per parlar. Amb un Estat, no ho oblidem, que no dona cap senyal de donar-los-el. Per tant, ha costat molt guanyar-se la confiança de les víctimes

perquè expliquessin el que els passava. I documentals com el nostre s'han convertit en una eina de reparació en absència de les polítiques de reparació que hauria de fer l'Estat.

Havent tocat temes tan delicats, què penses que se us critica que no heu fet un bon documental sobre les trames de la família Pujol? En Vicent Sanchís va argumentar que en Pujol no es deixa entrevistar, si bé en Fernández Díaz tampoc i se li va fer un

Sense Ficcio sobre les males pràctiques al Ministeri de l'Interior durant el seu mandat...

Això no és una excusa. Amb tot, s'han anat fent coses sobre en Pujol. El *30 Minuts* va fer un reportatge de gairebé una hora sobre el cas Pujol.

Però s'anava tard, no? I més si dius que ara hi ha menys ingerències polítiques. O no hi havia ganes de barallar-se amb aquest tema?

Hi pot haver una mica de tot, Indiscutablement s'ha de tractar. Estic d'acord que s'ha fet tard, tot i així, no es pot dir no no s'ha tractat. No és per treure'm les puces de sobre, però crec que és més pertinent el reportatge de denúncia o d'investigació que no pas un documental. I també et dic que no perquè estigui pendent aquesta qüestió, no s'ha de poder entrevistar a en Pujol en determinats

"LA INGERÈNCIA I LA MANCA D'INDEPENDÈNCIA EN L'INICI DE TV3 EREN INCREÏBLES. RES A VEURE AMB AVUI"

moments. Això ens ha creat problemes. A vegades, li hem anat a preguntar temes pertinents, com la creació dels Mossos d'Esquadra, i semblava que no li podies preguntar...

...si no havies parlat abans de les altres coses.

Exacte. Hem de fer un documental més potent i que acabi d'ensenyar totes les vergonyes del rei emèrit? Sí, però si avui em digués que em vol explicar tot el que va passar el 23-F, què faig? No li faig l'entrevista perquè no hem fet l'altre tema?

TV3 és l'única televisió europea que emet documentals en prime time al primer canal, i sovint fa més audiència que ofertes d'entreteniment d'altres cadenes. En aquest sentit, el Sense Ficcio és quasi un experiment sociològic.

TV3 ha fet una cosa bastant bona i és que, tret d'excepcions, ha estat constant amb la seva aposta. I això ha passat amb el *Sense Ficcio*. La Terribas va tenir la idea brillant

"EM SEMBLARIA FORA DE LLOC QUE LA NOVA DIRECCIÓ REMOGUÉS EL SENSE FICCIÓ. ÉS UN PROGRAMA CABDAL DE TV3"

de portar el documental al primer canal i a una hora no residual. I a poc a poc s'ha anat consolidant.

En pocs mesos hi haurà nova direcció a TV3. Creus que la continuïtat del programa està assegurada?

En un escenari amb una nova direcció, dubto molt que es plantegin remoure el *Sense Ficcio*, perquè és un programa consolidat, per les audiències que té i pel benefici que té per a la indústria. Em semblaria fora de lloc. En aquests moments és un programa cabdal de TV3. Ara bé, s'ha de reconèixer que

cal valentia per mantenir-lo. Perquè, per les característiques del programa i pels baixos pressuposts, és inestable en termes d'audiència, tot i que sovint liderem la nostra franja. Un *Crim*s o un *Polònia* és un valor segur. En canvi, al *Sense Ficcio* tens documentals com *Balandrau* que va fer un 21,5% i altres que no arriben a un 10%.

Comparats amb altres tipus de programes, els documentals són barats.

Totalment. Per tant, no pateixo pel *Sense Ficcio* perquè em semblaria un error estratègic brutal. I no només perquè és un programa que funciona i perquè com a televisió pública ens honora, sinó també perquè, a més, tindria conseqüències per a una indústria a la qual hauríem de tractar millor.

Gràcies a les plataformes es viu un auge del documental, però TV3, pionera en l'aposta pel gènere, té

pocs recursos i les productores catalanes han de treballar per a mitjans o plataformes de Madrid. És una paradoxa.

És una paradoxa que comparteixo. I, a més, les poques coses que podem fer amb la indústria és amb pressuposts petits. I pressupostàriament

oferim molt poc i, en canvi, exigim molt. Ens trobem amb coproduccions que tenen versió llarga i curta i a sobre pel *Sense Ficcio* potser li demanem un inici més trepidant. No m'estranya que la indústria es queixi.

I als joves els interessin els documentals. Teniu dades?

Segons els estudis per segments, la gent jove, en general, no consumeix en directe, sinó en línia, i aquí és on hem començat a rascar més aquest sector jove. També varia en funció del tema, si bé és evident que és un dels nostres grans reptes.

La mirada de gènere també està arribant al documental.

La mirada de gènere és molt important. I que hi hagi dones a llocs on es mana. Des que dirigeixo el *Sense Ficcio*, per cinquena temporada consecutiva hem dedicat tot el mes de març a documentals de dones. Amb molt bons resultats d'audiència i, també, amb insults, com quan ens diuen *feminazis*. Però això és fantàstic. Com se sol dir, "Borden?... Doncs és que cavalquem...!"

Per acabar, què et treu més la son, les crítiques a TV3 o la imitació al Polònia?

La imitació al *Polònia* m'encanta! I a més m'he prestat a anar al programa. Més que les crítiques a TV3, el que em treu la son són els esculls amb els quals ens trobem a la feina. Darrere cada projecte bo que ens arriba hi ha molt esforç i mesos de feina perquè després els arribi un carta dient "dengat". Això sí que em treu la son. **Ç**

FAQS FREELANCE

Preguntes i respostes més habituals dels periodistes
que treballen per compte propi

TEXT FRANCESC PONSÀ



T'estàs plantejant donar-te d'alta d'autònom? Tens dubtes sobre la teves obligacions fiscals com a freelance? Hi ha moltes preguntes, recurrents, que els nombrosos periodistes que exerceixen per compte propi es fan habitualment sobre temes fiscals i laborals, comptables. El Col·legi de Periodistes ha editat una guia pràctica que pretén respondre a la majoria d'aquestes qüestions. A tall de resum, en aquestes pàgines, Jordi Masvidal, assessor fiscal, director d' Afisec serveis empresarials SL i màster tributari del Col·legi d'Economistes, respon a algunes de les més freqüents.

La professió periodística cada cop està més externalitzada. Sempre hi ha hagut periodistes freelance, però en els darrers anys, amb l'aprimament de moltes redaccions i l'externalització de moltes feines que habitualment es feien a dins dels mitjans, afegit a molts emprenedors que aposten per iniciar la pròpia aventura empresarial, el nombre de periodistes per compte propi no ha parat de créixer. En aquest article, responem als principals dubtes fiscals, laborals i comptables:

OBLIGACIONS FISCALS

Què necessito per donar-me d'alta d'autònom?

Principalment, disposar de certificat digital, completar les dades fiscals (model

tització, els beneficis aplicables i la mútua col·laboradora que cobrirà els riscos.

UNA NOVETAT DELS DARRERS ANYS ÉS QUE ELS ARTICLES DIGITALS ESTAN EXEMPTS D'IVA. ABANS NOMÉS PASSAVA AMB LA PREMSA EN PAPER

A quin epígraf de l'IAE m'haig de donar d'alta com a periodista?

Una de les novetats d'enguany és el nou epígraf de referència per a periodistes i professionals de la comunicació i la informació, el 863. Tanmateix, has d'estar donat d'alta en tants epígrafs com activitats diferenciades realitzis (fotografia, formació, relacions públiques, gabinet de comunicació, editor, traductor, etc.) sense que això suposi cap cost addicional.

Quin és l'epígraf del fotoperiodista?

El més freqüent és que un fotògraf professional s'inscriu en l'epígraf 973.1 (serveis fotogràfics).

Quines obligacions fiscals té un periodista que

treballa com a freelance?

Donar-se d'alta d'autònom, a Hisenda i fer la declaració de la renda. En funció del tipus de facturació, has de presentar les declaracions trimestrals de l'IVA (model 303), el resum anual de l'IVA (model 390) i el model 130 de l'IRPF.

En què consisteix el model 303?

El model 303 és la liquidació trimestral de l'IVA. Mitjançant aquest model, abones a Hisenda la diferència entre l'IVA repercutit a les teves factures de vendes i l'IVA suportat i deduïble en factures de compres i despeses. En el cas que l'IVA

TRES VEGADES A L'ANY POTS FER UNA ALTA I BAIXA D'AUTÒNOMS, COTITZAR PER DIES I PRORRATEJAR-NE LA QUOTA

037), el Codi de l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE) i triar la base de co-

suportat sigui superior a l'IVA repercutit, quedarà pendent de compensar en futures declaracions. Si en algun període no tens quantitats a ingressar o tornar, cal presentar igualment una declaració indicant "sense activitat".

Quan no haig de presentar el model 130 de l'IRPF?

No l'has de presentar si més d'un 70% de la teva facturació porta retenció. "Això és molt habitual en els periodistes perquè, en

general, no tenen clients que siguin persones físiques. Gairebé sempre són empreses, institucions o altres professionals", apunta Jordi Masvidal.

COTITZACIÓ I PRESTACIONS

Quina quota d'autònom haig de pagar?

La quota mínima de cotització és de 294€, i el màxim de 1.267€. A partir d'aquí, pots triar la quota que més et convingui, tot i

que hi haurà un canvi de cara al 2023. Es preveu que la cotització anirà per trams en funció dels ingressos. Hi haurà un període transitori de nou anys per aplicar el nou sistema.

Al principi de fer-me autònom, quan haig de pagar de quota?

El primer any que treballes com autònom et pots beneficiar d'una tarifa plana de 60€ al mes. El segon any, el primer semestre és un 50% de la quota; i el segon

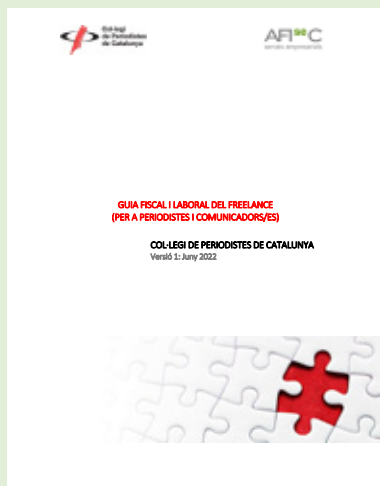


En els darrers anys, han canviat alguns temes fiscals vinculats als professionals de la informació. Foto: Alamy

UNA GUIA CLARA I ENTENEDORA

Davant l'augment de la professió de manera autònoma, ja sigui en exclusiva o compaginant-la amb una relació laboral, el Col·legi de Periodistes ha editat la *Guia fiscal i laboral del freelance (per a periodistes i comunicadors)* elaborada per AFISEC, serveis empresarials, amb l'objectiu d'acompanyar els periodistes autònoms en el coneixement i el compliment de les obligacions fiscals, laborals i comptables.

La guia en qüestió detalla informació de gran interès per al periodista freelance, com ara els casos d'exempció d'IVA, un llistat minuciós de despeses deduïbles, models de factura, prescripcions fiscals, etc. Malgrat ser molt exhaustiva, no esgota la casuística de temes que els professionals poden trobar en el dia a dia. Per això, recordem la possibilitat d'utilitzar el Servei d'Assessorament gratuït que ofereix el Col·legi de Periodistes per als col·legiats.



semestre, un 70%. Si ets home menor de 30 anys, dona menor de 35 anys o vius en un municipi de menys de 5.000 habitants tens uns mesos addicionals de reducció de quota.

M'he donat de baixa d'autònom. Si em torno a donar d'alta em puc beneficiar de la tarifa plana?

Sí, sempre que ja hagin passat dos anys des de que vas donar-te de baixa.

Puc cotitzar per dies?

Sí. Una novetat que cal tenir en compte és que tres vegades a l'any pots fer una

mínims, les prestacions són les mínimes”, específica Masvidal. El dret a atur, si bé es reconeix en unes certes circumstàncies, és difícil d'obtenir-lo.

FACTURACIÓ

Quins serveis estan exempts d'IVA?

Els que recull l'article 20 apartat 26 de la llei de l'IVA. Aquests es vinculen als drets d'autor. En general, estan exempts els treballs de redacció per a diaris i revistes editorials (paper i digital), guions audiovisuals, traducció d'obres literàries, fotografia de premsa i formació sobre matèries

incloses en algun pla d'estudis oficial. “La casuística és molt gran i té una certa contradicció. Redactar notícies per a un diari està exempt,

TREBALLS DE REDACCIÓ PER A TELEVISIONS, RÀDIOS, BLOGS, BUTLLETINS ELECTRÒNICS O FOTOGRAFIA COMERCIAL NO ESTAN EXEMPTS D'IVA

alta i baixa d'autònoms, cotitzar per dies i prorratejar-ne la quota.

Com a periodista autònom, a quines prestacions tinc dret?

Gairebé a totes les prestacions, encara que això va en funció del tipus de cotització professional. “El problema dels autònoms és que com que, generalment, cotitzen per

però no ho està redactar-les per a una ràdio”, matisa Masvidal. Per això, abans d'emetre la factura és important consultar si l'activitat realitzada està subjecte a l'IVA o si no ho està.

En el cas dels periodistes digitals, hi ha alguna diferència a l'hora de facturar?



Molts periodistes desconeixen aspectes laborals i fiscals vinculats a la seva feina. Foto: Trent Erwin / Unsplash

No, ara està equiparat. És una novetat dels darrers anys perquè abans l'exempció d'IVA només era en el cas de la premsa en paper.

Quines activitats s'han de facturar amb IVA?

S'han de facturar amb IVA des de treballs de redacció (per a televisions, ràdios, blogs, butlletins electrònics, empreses, etc.), fins a guions per a programes de ràdio, traduccions de fullets publicitaris, formacions no incloses en algun pla d'estudis oficial i fotografia comercial, entre altres tasques professionals.

Puc facturar per mitjà d'una cooperativa de facturació que permet facturar treballs esporàdics sense haver de donar-se d'alta d'autònoms?

No, en cap cas has de fer-ho. "Malgrat que

Haig d'incloure l'IRPF a les meves factures?

Sí, sempre que el teu client sigui empresa o professional. Si és un particular no s'hi ha d'incloure.

CAL TENIR EN COMPTE QUE LES COOPERATIVA DE FACTURACIÓ ES TROBEN A L'ULL DE L'HURACÀ DE LA INSPECCIÓ DE TREBALL

existeixen, actualment es troben a l'ull de l'huracà de la inspecció de treball", avisa Masvidal.

Quin tant per cent de retenció hi haig de posar?

Hi has de posar un 15% d'IRPF de manera general. I també

has de saber que els dos primers anys de donar-te d'alta autònom pots fer factures amb retencions d'un 7%.

INGRESSOS I DESPESES

Quines despeses són deduïbles a l'IRPF?

Com a criteri general, totes aquelles despeses que són fruit de l'activitat professional i que estiguin justificades amb la factura corresponent. A més, Hisenda considera que la despesa deduïble ha de

ALGÚ QUE TREBALLA PER COMPTE ALIÈ I FA UNA COL·LABORACIÓ PUNTUAL, NO S'HA DE DONAR D'ALTA D'AUTÒNOMS, PERÒ SI A HISENDA

ser exclusiva de l'activitat professional, és a dir, no pot ser susceptible d'ús privat com pot ser el telèfon mòbil o la compra d'un ordinador.

Em puc deduir els subministres si treballo des de casa?

Si ho has declarat al model 037 et pots deduir una petita part de les despeses

UN PERIODISTA QUE ESTIGUI JUBILAT POT COBRAR ELS DRETS D'AUTOR DELS SEUS LLIBRES SENSE PROBLEMA

d'aigua i electricitat. Concretament, pots fer-ho amb un 30% de la part proporcional de l'habitatge dedicat a l'activitat professional.

Un tiquet em serveix com a justificant de despesa deduïble?

No, el que necessites és una factura. Actualment en molts tiquets apareix el concepte "factura simplificada". Això genera confusió perquè no serveix com a factura.

Quins pagaments que no tenen factura em puc deduir?

Per exemple, et pots deduir assegurances o quotes (col·legials, d'autònom, etc.). En el cas de ser d'alguna mútua, llavors et pots deduir fins a 500 euros anuals per cadascun dels membres de la família que estiguin assegurats.

ACTIVITAT PROFESSIONAL

Si treballo per compte aliè, què implica fer una col·laboració professional?

Si és puntual t'has de donar d'alta d'Hisenda, però no d'autònoms. En canvi, tens l'obligació de donar-te d'alta d'autònom quan fas una feina de manera personal, habitual i directa. Els criteris no són econòmics. Encara que no superis el Salari Mínim Interprofessional, t'has de donar d'alta d'autònom. "El

problema és que l'habitual no està definit enlloc. És interpretativa, encara que s'entén que són feines recurrents", adverteix Masvidal.

Treballo per compte aliè i m'han demanat factura per una col·laboració que he fet de forma puntual. La puc emetre?

Sí, si t'has donat prèviament d'alta a hisenda. Només pot emetre factures qui està donat d'alta d'una activitat econòmica.

Col·laboracions puntuals com poden ser activitats formatives, xerrades, col·loquis, etc. s'identifiquen com a rendiment del treball si tens un treball per compte aliè. Aquestes no t'obliguen a donar-te d'alta d'autònoms. Un simple rebut, aplicant un 15% de retenció d'IRPF, està permès i s'assimila als rendiments del treball", assegura Masvidal.

Un periodista jubilat pot cobrar alguna feina que hagi fet (llibres, conferències, etc.)?

Pot cobrar drets d'autor de llibres sense problema. A més, els jubilats tenen la possibilitat de treballar per compte propi malgrat estar jubilats si es factura menys del Salari Mínim Interprofessional en termes anuals (14.000 € bruts). Aleshores, t'has de donar d'alta a Hisenda, però no has de pagar la quota d'autònoms.

Com a freelance, em puc acollir al conveni col·lectiu d'alguna empresa per a la qual treballo?

No. En cas de fer-ho, es podria identificar com una pràctica assimilable a un fals autònom.

Què és un fals autònom?

Una persona treballadora que paga la quota d'autònoms, però que treballa bàsicament per a una única empresa, amb una relació de dependència com si fos empleat, si bé amb les obligacions de l'autònom. C

CREADORS

L'elaboració i la distribució de continguts propis
és un fenomen en auge a tot el món

TEXT SUSANA PÉREZ-SOLER



Ibai Llanos s'ha convertit en un dels màxims exponents de creador de contingut a Espanya. Foto. Alamy

Als Estats Units hi ha un fenomen en auge: l'economia de creadors, persones que generen ingressos a partir de la creació i de la distribució de continguts al voltant d'allò que els apassiona. Tot i que la tendència arrenca abans de la pandèmia, el coronavirus n'ha estat un punt d'inflexió: hi ha gairebé cinquanta milions de creadors independents a tot el món. A casa nostra, Ibai Llanos és el màxim exponent d'aquesta tendència. A primer cop d'ull, tot són avantatges. Tanmateix, la dependència de les empreses tecnològiques, la salut mental dels creadors i la concentració dels beneficis en poques mans són els principals reptes d'aquesta economia emergent.

Després de catorze anys treballant a RAC1, Gerard Romero, periodista especialitzat en la cobertura del Barça, anuncia que marxa per dedicar-se per complet al seu canal de Twitch, JijantesTV, on reuneix 40.000 seguidors i el nombre suficient de subscriptors, diu, per generar ingressos per viure. “Després d’algunes desavinences amb l’empresa i tenint una petita comunitat arran d’algunes retransmissions fetes en plena pandèmia, vaig decidir dedicar-me totalment al canal perquè n’intueixo un gran potencial”, explica.

“El millor moment dels mitjans tradicionals ja ha passat. És normal que els joves busquin altres formats. Tant la ràdio com la televisió han perdut la interacció amb el públic: s’han quedat amb el fet de posar un *hashtag* i llegir els missatges que els arriben. És una cosa molt lineal, amb els mateixos formats de sempre, les mateixes persones. Crec que hi ha molt més per fer sumant periodisme, audiència i entreteniment”, afegeix.

El millor exemple de la força de la seva comunitat va arribar fa unes setmanes, quan els seguidors van posar els diners necessaris per enviar dues persones a Doha a seguir el possible fitxatge de Xavi pel Barça. “Va ser sorprenent, però la comunitat ho va demanar. Vam posar el PayPal i vam poder fer la cobertura”, explica.

Ara mateix, el canal de Twitch de Jijantes dona feina a cinc persones –tot i que

TOT I QUE LA TENDÈNCIA ARRENCA ABANS DE LA PANDÈMIA, EL CORONAVIRUS HA SUPOSAT UN PUNT D'INFLEXIÓ

només Romero hi és a temps complet– i ofereix un programa diari al migdia i un altre a la nit en funció de l’actualitat. El cas de Romero és un clar exemple d’allò que als Estats Units anomenen economia dels creadors o economia de la passió: persones que generen ingressos a partir de crear

i distribuir continguts al voltant d’allò que els apassiona.

UNS POCS PRIVILEGIATS

Es calcula que al món hi ha uns cinquanta milions de persones que obtenen ingressos a través de plataformes digitals com Twitch, Substack, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok, Patreon, entre altres, segons dades de la companyia Signal-

Fire. Les fórmules utilitzades inclouen el repartiment d’ingressos publicitaris, el contingut patrocinat, les subscripcions de pagament, la venda

de contingut, la comercialització de productes, els esdeveniments, les classes, les conferències, etc.

Stripe, una empresa que es dedica a proporcionar infraestructures de pagament per a centenars de milers de persones, as-



CINC PASSOS PER SER UN CREADOR INDEPENDENT

En base a l'experiència dels que ja ho han fet, enumerem cinc passos necessaris per a tots aquells que vulguin convertir-se en creadors independents.

1.

Tria un tema que t'apassioni que sigui suficientment interessant com per mobilitzar una comunitat i suficientment específic perquè no hagi estat abordat en profunditat abans.

2.

Defineix uns objectius alhora de generar continguts i fixa'ls en un calendari editorial per acostumar l'audiència (i a tu mateix) a rebre (i crear) informació de manera regular.

3.

Tria un canal (Twitch, Substack, YouTube, Instagram, Snapchat, Tiktok, Patreon, etc.) en funció del públic al qual vols arribar.

4.

Pensa de quina manera pots monetitzar els continguts (ingressos publicitaris, contingut patrocinat, subscripcions de pagament, venda de contingut, comercialització de productes, esdeveniments, classes, conferències, etc.).

5.

Sigues perseverant. Dona't, com a mínim un any, per valorar la repercussió del projecte, tant a nivell d'impacte en l'audiència com d'ingressos econòmics

segura que el nombre de creadors independents ha augmentat un 48% respecte del 2020. En total, s'hi han incorporat 668.000 creadors. El nombre de crea-

AL MÓN, HI HA UNS CINQUANTA MILIONS DE CREADORS QUE OBTENEN INGRESSOS A TRAVÉS DE PLATAFORMES DIGITALS

dors que guanya més de 69.000 dòlars l'any, segons la companyia, va créixer un 41% el darrer trimestre del 2021.

Amb la nova allau de creadors, plataformes i formats, i amb un confinament global arran de la pandèmia, els cants de sirena han tornat a envair Internet, que es presenta com una eina per viure al marge dels mitjans de comunicació tradicionals. Ara bé, viure bé escrivint, produint un podcast o fent *streaming* en un canal propi és una realitat que només es compleix per a uns pocs privilegiats. Les dades revelades fruit d'un atac informàtic massiu a Twitch van mostrar que l'1% més important de tots els *streamers* guanya més de la meitat de tots els ingressos de la plataforma, segons el *Wall Street Journal*. La majoria de creadors de Twitch guanyen menys de 120 euros l'any. I això es repeteix en els diferents canals.

IMPACTE NEGATIU

Així, les deu publicacions principals de Substack, una plataforma per generar i distribuir butlletins electrònics, guanyen col·lectivament més de vint milions de dòlars anuals en ingressos per subscripció, mentre que els butlletins de notícies menys populars solen generar pocs milers anuals. Un 1% del conjunt total de podcasts, rep un 99% de les descàrregues i, consegüentment, dels ingressos.

Un informe de TechCrunch del novembre passat va trobar que la nova funció de "Súper Seguidors" de Twitter, que permet a la gent donar propina als creadors

preferits, només va aportar 6.000 dòlars en les dues primeres setmanes. Totes aquestes dades estan recollides en un article ("L'economia de

creadors està fallant en repartir la riquesa") signat per la periodista especialitzada en economia dels mitjans Sara Fischer i publicat a *Axios*.

En aquesta línia, el sindicat UGT creava recentment la primera plataforma de creadors de continguts independents per reivindicar drets laborals. A nivell mundial, un 93% dels creadors diu que la seva ocupació ha tingut un impacte negatiu en les seves vides, un 65% se sent sobrecarregat i/o mal pagat i un 89% està interessat a construir un nou model de negoci com a creador, segons dades del major estudi fet fins ara per analitzar aquesta corrent emergent.

Els principals creadors de continguts del nostre país, com ara Dulceida o ElRubius, han manifestat problemes d'ansietat derivats de la sobrecàrrega de feina i de l'exposició constant i han hagut d'aturar la carrera professional durant algun temps per gestionar les emocions.

L'AUGE DELS BUTLLETINS DE NOTÍCIES

Mentre arriba una classe mitjana de creadors independents i s'assoleixen alguns drets laborals, la creació de continguts en l'entorn periodístic ha arrelat a Espanya en forma de butlletí electrònic gràcies a plataformes com Substack, que han permès que molts periodistes creïn *newsletters* com una forma de treballar la marca per-

sonal i aconseguir beneficis. El fenomen, però, no és comparable al dels Estats Units, on hi trobem fins i tot nous mitjans de comunicació en aquest format, com el conservador *The Dispatch*, o periodistes

ACTUALMENT, NOMÉS HI PODEN VIURE UNS POCOS PRIVILEGIATS. LA GRAN MAJORIA NO ES GUANYEN LA VIDA AMB EL QUE GENEREN

que han deixat la feina en mitjans tradicionals de reconegut prestigi per establir-se per compte propi.

Un dels casos de major èxit és el de la periodista Charo Marcos, qui està darrere de *Kloshletter*, una proposta que destaca per la simplicitat i la utilitat: un resum de les notícies del dia que el lector rep de dilluns a divendres a les set del matí a la bústia del correu electrònic.

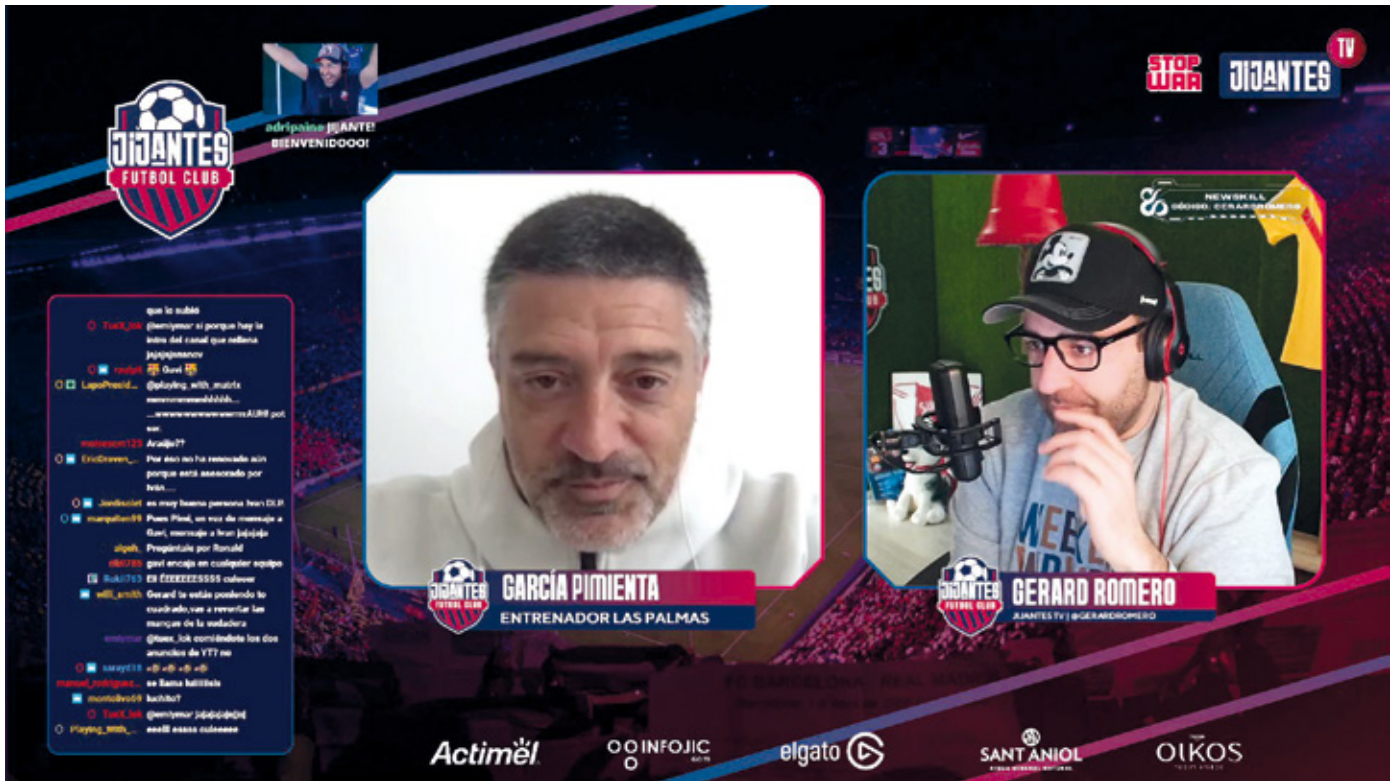
“El 2017, em vaig adonar que, arran de la irrupció d’Internet, estar informat és difícil i costós, així que vaig decidir convertir-me en curadora de continguts professional”, explica

Marcos, que ara es dedica en exclusiva a aquest projecte que compta amb uns 30.000 subscriptors i que genera ingressos a través dels patrocinis i altres productes derivats, com ara un podcast produït en exclusiva per a Spotify que trasllada la proposta de la *newsletter* al suport sonor.

El setembre de 2020, l’estratega i consultor digital Hugo Sáez va posar en marxa *Mind Tricks*, un butlletí electrònic setmanal sobre la intersecció entre el món digital, el màrqueting i el comportament humà. Gairebé un any i mig després, compta amb milers de subscriptors i ha esdevingut



Charo Marcos va crear *Kloshletter*, un resum de notícia que els usuaris reben cada matí al correu electrònic.



El periodista Gerard Romero ha decidit professionalitzar Jijantes TV, el seu canal de Twitch.

una font d'ingressos de manera indirecta “a través de col·laboracions amb marques i sobretot de projectes laborals derivats de descobrir el meu perfil professional”, tal com reconeix Sáez, qui no es planteja fer pagar els subscriptors perquè prefereix que la informació sigui d'accés obert.

PENDENTS DELS ALGORITMES

Un dels principals avantatges del qual gaudeixen els creadors de continguts és la seva independència dels mitjans de comunicació tradicionals, tant en la creació de formats com a l'hora d'interactuar amb l'audiència.

Aquesta bidireccionalitat que permeten els canals digitals és el que més destaca Romero, que ha arribat a fer directes de més de dotze hores. “Interactuem moltíssim amb els seguidors, volem que entrin

al programa a opinar, els llegim, els piquem..., en definitiva, juguem amb ells. I

TOT I SER INDEPENDENTS DELS MITJANS TRADICIONALS, SOVINT ESTAN LLIGATS A LES NORMES DE LES PLATAFORMES TECNOLÒGIQUES

encara ens volem obrir més per continuar creixent. Ara hem llançat un *merchandising* de la marca Jijantes TV, dessuadores i aquestes coses, i obrirem més canals per construir més nínxols. Per exemple, la meva dona, que col·labora amb el programa, és probable que faci un programa de cuina”, assegura.

Però malgrat no estar subjectes als mitjans tradicionals, els creadors de continguts han d'adaptar-se a les normes de les plataformes tecnològiques. De fet, els canvis

d'algorisme dels gegants tecnològics trastoquen les estratègies de contingut i monetització dels professionals. L'èxit de les *newsletters* s'explica, en part, per un model que no està subjecte al dictamen de l'economia de

l'atenció. “A les xarxes socials, no tens cap control sobre l'impacte del contingut en la teva audiència ni pots traslladar la base de seguidors a una altra plataforma”, reflexiona Sáez.

“En canvi, la *newsletter* et permet descarregar una base de dades amb els teus subscriptors, traslladar el projecte a una altra plataforma”, conclou Sáez, qui té desenes de milers de seguidors a Twitter i que sent que no li pertanyen malgrat l'esforç invertit durant anys. Ç

Fer servir el català no canvia la sentència.



En els últims anys, l'ús del català en l'àmbit de la justícia s'ha reduït de manera dràstica.

Tothom qui participi en un judici té dret a fer servir el català i que aquest dret sigui respectat.

**FEM JUSTÍCIA AL
CATALÀ**

Tots en som
responsables

Fem-ho / BÉ
TOT
POSSIBLE



**Generalitat
de Catalunya**



Toni Padilla, Mònica Bernabé, Albert Llimós i Àlex Font, membres de l'equip de periodisme d'investigació i reportatges de fons de l'ARA. Foto: ARA

MÉS I MILLOR INVESTIGACIÓ

L'aposta per les subscripcions incentiva
els temes propis i les exclusives periodístiques

TEXT ADRIÁN CABALLERO

Fa mesos que els mitjans tradicionals, els anomenats *legacy media*, han apostat amb nitidesa per un model de negoci basat en les subscripcions. Segueixen, així, la línia marcada per radis digitals com *ElDiario.es* o l'*ARA*. En aquest sentit, per tal de guanyar-se la confiança dels subscriptors, els temes propis i, sobretot, el periodisme d'investigació tornen a un lloc preferent en les decisions editorials. El soroll de les xarxes socials i les limitacions de la llei de transparència en són els principals topalls.

Quan, a partir de 2008, el periodisme va patir la tempesta perfecta barrejant la crisi econòmica amb la de model de negoci, només a Espanya centenars de mitjans van tancar en pocs anys i milers de periodistes van ser acomiadats. Davant d'aquesta realitat, el periodisme d'investigació i de temes propis en profunditat es va veure fortament afectat per la falta de personal i la necessitat de generar els clics que portaven els ingressos a les empreses periodístiques. Ara, anys després, ha canviat la situació?

En els darrers mesos, diferents mitjans han destapat casos de corrupció política, comissions al món del futbol, abusos sexuals i una infinitat de temes han sacsejat la mirada sobre algun tema. De vegades, fins i tot han provocat dimissions i processos judicials. Periodisme d'investigació, al cap i a la fi.

Tot plegat, és una aposta renovada per part d'editors i empreses tot acompanyant el fet que cada cop més mitjans tinguin les

cola Barcelona o l'assetjament a l'Institut del Teatre. Si l'*ARA* obté al voltant de dos terços dels ingressos dels subscriptors, una situació similar viu *ElDiario.es*, la direcció del qual "aposta i dona prioritat a les in-

darrers anys es difumina la investigació perquè "s'ha perdut la importància de l'exclusiva", ja que "quan un mitjà treu una exclusiva, al cap de deu minuts l'ha repicat tothom".

LA PUBLICACIÓ DE TEMES PROPIS I D'EXCLUSIVES PROVOQUEN PICS EN LES SUBSCRIPCIONS DE PAGAMENT DELS MITJANS QUE ELS TREUEN

És per això que, malgrat tot, els mitjans potser no se centren tant en investigacions que duraran mesos o anys, sinó en els

temes propis", com apunta la periodista Laura Cornejo, que fa anys que treballa en investigacions polítiques destapades pel diari dirigit per Ignacio Escolar.

temes propis que aportaran aquest "valor afegit" al qual es refereix Llimós. "Alguns mitjans ni tan sols tenen una secció d'Investigació", insisteix Montero, a què contesta Llimós quan diu que "hi ha molts bons periodistes fent investigació sense tenir -ne l'etiqueta".

ON SÓN ELS LÍMITS?

Treballar en temes propis és el mateix que fer periodisme d'investigació? "És molt difícil marcar els límits del periodisme d'investigació", admet Llimós, que ho exemplifica amb un càlcul: "de cada 100 peces que signo a l'any, només 3 o 4 són fruit d'investigacions". Llimós dibuixa tres característiques que poden diferenciar una investigació d'un reportatge o altres temes propis:

"no tenir terminis per treballar-hi, publicar quelcom que estava ocult i que tingui impacte social".

Sobre la qüestió també es pronuncien altres periodistes, com Daniel Montero, redactor de *NUS*, qui denuncia que en els

D'altra banda, tampoc hi ha un format estandarditzat de fer investigació. Precisament, el cap d'investigació de l'*ARA* destaca que mentre al seu mitjà "s'han fet molts temes en què s'han publicat coses abans que allò fos públic", a altres capçaleres, "com *El País* o *El Mundo*, tenen grans fonts en l'àmbit judicial". Seguint amb aquest argument, Montero critica el fet que es consideri com a periodisme d'investigació "el simple fet de ser el primer que destapa un informe de la Fiscalia".

RÈDIT ECONÒMIC

Com dèiem, cada cop els mitjans estan més enfocats a viure dels subscriptors. En el moment de redactar aquest reportatge, *El País* tenia 140.000 subscriptors i *El Mundo* 100.000. Però, l'aposta per aquests temes

"PER VIURE DE SUBSCRIPCIONS HAS D'OFERIR UN VALOR AFEGIT"

Albert Llimós, *ARA*

subscripcions com a base del seu model de negoci. "Per viure de les subscripcions, has d'oferir un valor afegit que et diferencii de la resta", exposa el cap d'Investigació del diari *ARA*, Albert Llimós, qui ha estat darrere d'exclusives com la dels abusos sexuals d'Albert Benaiges a l'Es-

propis funciona a nivell econòmic? El periodisme d'investigació genera beneficis en les empreses que hi creuen? La resposta és sí, ja que hi ha mitjans que aconsegueixen beneficis, precisament, amb una aposta per aquest tipus de periodisme. Des de l'ARA i ElDiario.es confirmen que, justament, la publicació de temes propis i d'exclusives provoquen pics de subscripcions de pagament. Conclusió: si fas contingut propi, s'incrementen els ingressos.

Amb tot, cal apuntar també la visió de periodistes com Daniel Montero, que calcula que “els mitjans generalistes encara no poden viure sense la publicitat”. Qui durant una dècada va fer periodisme d'investigació a *Interviú* creu que hi ha editors que encara “no veuen una recompensa de la investigació més enllà de la imatge del mitjà”. Pablo Romero, periodista de *Pú-*

blico, lamenta que “el bon treball periodístic és l'excepció en un món que pressiona per a la generació de més continguts, que no informació periodística”. Tot plegat, contrasta amb l'aposta que fins i tot els

ALGUNES INVESTIGACIONS PERIODÍSTIQUES ACABEN VEIENT LA LLUM EN FORMA DE LLIBRE, PODCAST O DOCUMENTAL

legacy media estan fent per diferenciar-se'n. En aquest sentit, el febrer de 2022, des d'*El País* definien com apostes de futur del mitjà la profunditat de les peces, “les anàlisis i les opinions”, així com “les grans entrevistes, els elements multimèdia i les signatures més seguides”.

En definitiva, els editors i els equips directius dels mitjans de comunicació, siguin

ja nadius digitals o clàssics, exploren les vies per consolidar en el periodisme la cultura de pagament que porta instal·lada en el dia a dia dels consumidors des que es va estendre el pagament pel consum de

continguts a diferents plataformes. Precisament en aquestes plataformes, des de Netflix fins a Spotify, s'hi fixen alguns mitjans i especialment

periodistes de manera individual per donar sortida a investigacions.

Aquest és el cas de Nacho Carretero, periodista i autor de *Fariña: Historia e indiscreciones del narcotráfico en Galicia* (Libros del K.O., 2015) i que també es troba darrere la investigació de *800 metres*, documental a Netflix sobre els atemptats del 17-A a Barcelona. “És una qüestió d'unir forces



Pablo Romero va guanyar l'Ondas amb el podcast d'investigació sobre l'assassinat del seu pare. Foto: *Publico*

TENDÈNCIA GLOBAL

Tant *legacy media* com nadius digitals d'arreu del món estan apostant cada cop més pel periodisme d'investigació i, per sobre d'aquest, pels temes propis i la creació de tot tipus de continguts que els diferenciïn de la resta. Reportatges en profunditat, investigacions clàssiques, verificació d'informació, visualització de dades, etc. “El que s'està fent als Estats Units i a l'Amèrica Llatina és invertir en continguts propis com investigacions purament visuals, anàlisi de vídeos i fotografies així com la verificació, però en profunditat i amb equips propis”, explica Ismael Nafria, expert en mitjans digitals.

Aquesta és una estratègia renovada per part de les empreses periodístiques, que agafen l'estela de grans capçaleres com *The New York Times* i *The Washington Post*, entre altres, que fa anys que es van instal·lar en l'aposta del *subscriber first* (els subscriptors primer). “S'estan fent coses espectaculars i que donen molts bons resultats perquè agrada als usuaris”, conclou Nafria. L'objectiu, com apuntava en un informe la periodista australiana Julie Posetti, és dependre cada cop menys dels anunciants i que el model de negoci sigui “una combinació de diferents elements”, com les col·laboracions amb les ONG, la filantropia, el *crowdfunding* i les subscripcions.

The Guardian és un exemple als Estats Units de com emprar el microfinançament per finançar investigacions que han acabat a la portada d'aquest prestigiós rotatiu. Així, mitjans d'arreu confirmen una aposta no només pel model de negoci basat en subscriptors, sinó pel periodisme d'investigació en totes les seves variants i formats. Un periodisme que, segons Nafria, “ha permès a petits mitjans digitals donar-se a conèixer, diferenciar-se i aconseguir el suport d'un bon nombre d'usuaris, ara bé, també subscripcions i col·laboracions d'alt nivell”.

era l'aprovació a Espanya, l'any 2013, de l'esperada Llei de Transparència, una “legislació fonamental i imprescindible per considerar-nos una societat moderna”, en paraules de Nacho Carretero, i que permet fer diferents peticions a les administracions per demanar qualsevol tipus d'informació.

La realitat, però, és plena d'indignació i insatisfacció a la professió: informacions incompletes, formats que no permeten fer comparatives i, sens dubte, portar els terminis a l'extrem, són les queixes més repetides pels periodistes en ser preguntats per la seva experiència. “Sembla que juguen a desesperar-te”, insinua Llimós. Per a Montero, l'error rau a enfocar-se en la llei, quan el que s'hauria de fer és mirar “a unes administracions, per a les quals una de les vocacions hauria de ser la transparència”.

Sigui com sigui, cap dels entrevistats considera que les llacunes de la llei els hagi impedit arribar al final d'una investigació. Així doncs, la clau per a un millor estat de salut del periodisme d'investigació passa per la mateixa redacció, per una aposta ferma de la direcció de cada mitjà i l'estratègia de negoci de les empreses periodístiques. Si es basa en les subscripcions s'haurà d'oferir un producte diferenciat. I són els reportatges en profunditat, les exclusives i els treballs d'investigació els que marcaran la diferència. I sí, les dades apunten al fet que tot això no només aporta imatge de marca, sinó també ingressos, quelcom inimaginable durant molts anys, quan el periodisme patia els estralls de la crisi econòmica. **Ç**

amb qui domina aquells mitjans”, afirma. I explicar històries de manera diferent, afegeix. “És tan important el què com el com. Ens falta reflexionar sobre la manera d'explicar millor una història”, valora Llimós. Romero, autor del podcast “Las tres muertas de mi padre” —sobre com

Un altre avantatge de formats diferenciats, com podria ser també el documental, és que et pot costar anys de fer-lo, “cosa que et dona temps a treballar el tema”, destaca Albert Solé, guanyador d'un Goya pel documental *Bucarest, la memòria perduda* i que, el 2019, va dirigir a Netflix la sèrie documental *Examen de consciència*, sobre els abusos de l'Església catòlica espanyola. “També juga a favor dels documentals que estiguin finançats per plataformes de *streaming*, perquè dona encara més solidesa i tranquil·litat”, afegeix.

LA LLEI DE TRANSPARÈNCIA GENERA INDIGNACIÓ I INSATISFACCIÓ PELS PROBLEMES I TRAVES DAVANT DE QUALSEVOL PETICIÓ D'INFORMACIÓ

l'Estat i les seves clavegueres no van investigar la mort del seu pare a mans d'ETA, un treball que li va valer el Premi Ondas a l'any 2018— s'expressa en la mateixa línia i recorda que en el seu cas “no tenia més remei que fer quelcom diferent a escriure, que podria ser avorrit per a l'audiència”.

UNA EINA MILLORABLE

Una de les eines que havia de facilitar, justament, la investigació periodística

DECÀLEG PER A LA SEGURETAT DIGITAL

Consells pràctics per evitar que els professionals
de la informació pateixin ciberatacs

TEXT FRANCISCO J. RODRÍGUEZ BAENA

IL·LUSTRACIÓ CARMEN CASADO

Els atacs digitals cada cop són més habituals. I els mitjans de comunicació i els periodistes, igual que les empreses o les institucions, també en són víctimes. En els darrers temps, diferents experts i entitats que vetllen pels professionals de la comunicació han publicat manuals sobre ciberseguretat. En aquest reportatge –premiat com el millor article del primer trimestre de l’any al *Report.cat*, digital del Col·legi de Periodistes– recollim una sèrie de consells pràctics per evitar ser víctimes propiciatòries dels ciberdelinqüents.

Al món, cada deu segons una organització pateix un atac digital *ransomware*, o el que és el mateix, el segrest de dades privades per a després demanar una recompensa per desbloquejar-les. Aquesta preocupant dada l’aporta un estudi (*Security Report 2021*) de l’empresa de ciberseguretat

NOMÉS EL DARRER TRIMESTRE DEL 2020
ELS CIBERATACS VAN CRÉIXER AL MÓN UN 45%
RESPECTE DE L’ANY ANTERIOR

Check Point, que assenyala que només el darrer trimestre del 2020 els ciberatacs van créixer al món un 45% respecte de l’any anterior.

Però no cal anar lluny per adonar-se de la magnitud de la qüestió. I si no que li

diguin a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), que l’octubre va patir un important atac digital. Per no parlar de l’atac de denegació de servei (DDOS) que van patir a final de novembre els webs dels mitjans de comunicació *La Marea*, *El Salto* i *Arainfo*. Aquest tipus d’agressió cibernètica consisteix en l’enviament massiu de peticions als servidors dels webs fins que es desborden, cosa que n’impedeix l’accés. “És bastant greu, ens està perjudicant molt”, va reconèixer Magda Bandera, directora de *La Marea*, en declaracions a *El País*.

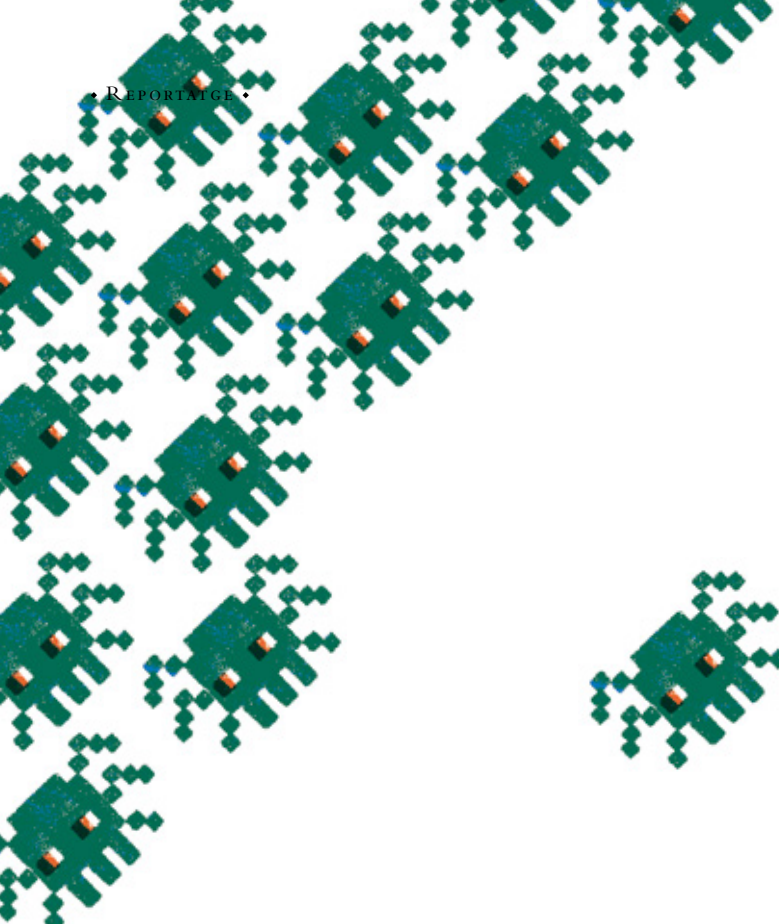
La llista d’atacs recents a institucions i organitzacions no hi cabria en aquest article: des d’una escomesa digital que va deixar

ko el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) i que va fer perillar el pagament de les prestacions a aturats, fins al ciberatac que va patir la Generalitat i que va ser descrit per Jordi Puigneró, vicepresident i conseller de Polítiques Digitals, com “el més potent dels darrers anys a Catalunya amb diferència”. Un atac que va afectar la comunicació entre departaments i els webs, a més d’aplicacions de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

PROTECCIÓ DE DADES

Segons el darrer informe de l’Agència de Ciberseguretat de Catalunya durant el segon trimestre del 2021 s’haurien pogut filtrar dades personals de fins a un 50% de la població catalana a causa dels atacs digitals. El mateix estudi alerta que això no s’acaba aquí, atès que amb aquesta





informació robada els ciberdelinqüents poden portar a terme campanyes de credencial *stuffing* per accedir a comptes personals o professionals i aconseguir suplantar identitats.

De fet, ja hi ha hagut casos sonats de suplantació d'identitats de periodistes. Així ho va denunciar el comunicador espanyol, naturalitzat mexicà, Joaquín López-Dóriga, al qual van “hackejar” el compte de WhatsApp. Ell mateix va avisar, via Twitter, que havien suplantat la seva identitat al famós servei de missatgeria.

La protecció de les dades és especialment important en el cas dels periodistes que solen treballar amb informació sensible. Una errada de seguretat en el correu

MITJANS COM LA MAREA, EL SALTO I ARAINFO HAN ESTAT VÍCTIMES DE CIBERATACS I HI HA HAGUT CASOS SONATS DE SUPLANTACIÓ D'IDENTITATS

personal d'un periodista d'investigació, per posar-ne un exemple, pot suposar

la pèrdua de documentació rellevant, l'escolta de converses privades o fins i tot la revelació de fonts; una informació que

REPORTERS SENSE FRONTERES ALERTA QUE ES ROBEN COMPTES PER DIFONDRE INFORMACIONS FALSES I DESPRESTIGIAR PERIODISTES

pot caure en mans de governs autoritaris o organitzacions criminals que busquin silenciar un professional o descobrir qui està col·laborant amb la premsa.

Sense anar més lluny, el juliol del 2020, es va publicar un reportatge que avisava que més de 50.000 periodistes, polítics i activistes —entre ells alguns líders independentistes catalans— havien estat espiats per diferents governs i organitzacions a través del programari Pegasus, una tecnologia

israeliana que, en principi, està pensada per a vigilar grups criminals. Un d'ells, el

periodista Ignacio Cembrero, especialitzat en el Magrib, va començar a sospitar que l'espiaven quan un rotatiu marroquí, el *Maroc-Diplomatique*, va publicar una idea que ell només havia escrit en una de les seves converses de WhatsApp. Temps després, Cembrero va rebre una trucada de l'equip Forbidden Stories, els autors de la investigació *The Pegasus Project*, per comunicar-li que el seu número de telèfon apareixia com un dels espiats.

En aquest sentit, Reporters sense Fronteres (RSF) alerta del perill de robatori de comptes de professionals per difondre a través d'aquestes informacions falses per tal de desprestigiar la carrera d'un periodista.

Per tot plegat, a continuació incloem un decàleg amb els principals consells que fan els experts i entitats reconegudes,

com ara la mateixa RSF o bé el Comitè per a la protecció dels periodistes —CPJ, en les sigles en anglès— per blindar-se dels atacs que amenacen la feina dels periodistes i la informació independent.

1. CONTRASENYES SEGURES

Els experts i les principals organitzacions de periodistes recomanen crear contrasenyes fortes i elaborades. En aquest sentit, RSF va més enllà i aconsella fer servir més aviat frases per a les contrasenyes. L'organització argumenta que una cadena de números, paraules i caràcters “relativament complexos” és complicada d'esbrinar i pot ser més fàcil de recordar que una paraula curta però abstracta. El manual de

seguretat per a periodistes del CPJ també aconsella que les claus de pas tinguin més de quinze caràcters i que, en la mesura del possible, no se'n reutilitzin. De fet, avisen que és important que cada compte o servei digital disposi de la seva pròpia clau, per limitar els danys si algú descobreix una de les nostres contrasenyes.

D'altra banda, els experts recomanen fer servir un gestor de contrasenyes, ja que pot ser difícil recordar-les totes. RSF proposa Lastpass, una extensió que es pot instal·lar als principals navegadors, tot i que n'hi ha d'altres molt recomanables com Keeper o NordPass.

2. SEPARAR ELS COMPTES

Separar els comptes personals i professionals un consell de seguretat bàsic dels experts. Sense anar més lluny, és fins i tot una recomanació per mantenir una vida saludable en la qual sapiguem separar la feina de l'àmbit privat. RSF incideix en aquest punt, ja no tant pel que fa al tema vital, sinó per evitar, per exemple, fer servir un compte de correu per a la feina i per fer compres en línia.

Pel que fa al manual de seguretat del CPJ, recomana no utilitzar dispositius

SIGNAL ÉS MÉS SEGUR QUE WHATSAPP I ES RECOMANEN LES APLICACIONS JITSI MEET O SKYPE PER A LES VIDEOTRUCADES

personals o de la feina per posar-se en contacte amb determinades fonts. De fet, aconsella adquirir un aparell separat per

comunicar-se amb les fonts i, en la línia de RSF, mantenir separades les dades personals de les laborals. Aquesta recomanació és més important en l'actual context de teletreball al qual s'han vist abocats molts professionals de la informació. En cas de patir una bretxa en la seguretat, el fet de tenir la informació personal separada de la professional pot fer que l'atacant no tingui accés a totes les dades i es limitaran els danys.

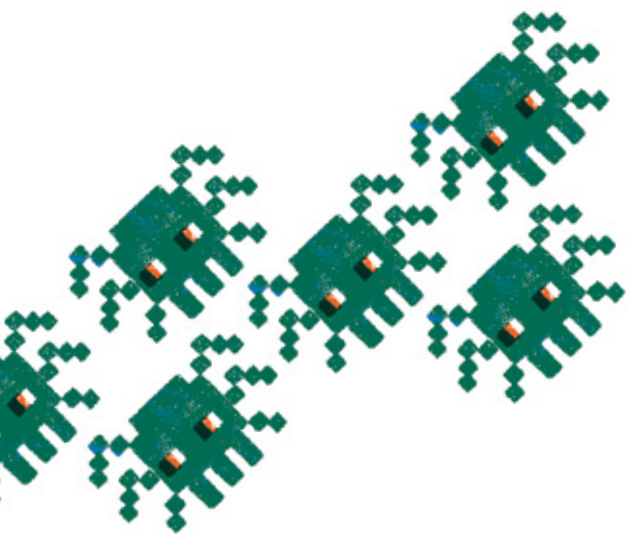
3. PARLAR DE SEGURETAT AMB LES FONTS

A vegades la seguretat d'una font depèn que no se'n sàpiga la identitat. L'expert Steve Doig, que imparteix tallers de defensa digital a les conferències de Periodistes i Editors d'Investigació –IRE, en les sigles en anglès– recomana parlar de seguretat amb les fonts per avaluar els riscos. Saber qui voldria conèixer la identitat d'una font i ponderar-ne les capacitats tecnològiques –perquè no és el mateix el govern d'un

estat que un regidor d'un Ajuntament– són temes a tenir en compte, incideix Doig, que aconsella fer reunions amb les fonts sense comunicacions electròniques ni aparells a prop.

4. UTILITZAR EINES SEGURES

Pilar Sáenz, coordinadora de projectes de tecnologia a la Fundació Karisma, va comentar durant la segona trobada d'investigació i noves narratives sobre drogues, celebrada a principi d'any per la Fundació Gabo i Open Society Foundation, que cap tecnologia ni aparell ens garanteix la privacitat al cent per cent. No obstant això, Sáenz va assegurar que és molt més segur fer servir WhatsApp, Telegram i Signal per fer una trucada o enviar un missatge. L'experta en seguretat va recordar que la protecció de les trucades telefòniques ordinàries i dels SMS “és molt pobra” i “molt fàcil d'interceptar”, una idea en la qual també incideix el CPJ. Tot i això, aquesta experta prefereix Signal abans que WhatsApp, que comparteix informació amb Facebook. Qui també recomana Signal és RSF, que proposa les



aplicacions Jitsi Meet o Skype per fer videotrucades a les fonts.

5. VIGILAR AMB EL MALWARE

Aquest consell apel·la al sentit comú. I és que mai no hem d'obrir enllaços sospitosos als nostres dispositius, ja que poden amagar *malware* –programes creats per danyar un dispositiu o robar informació– o *spyware* –aplicacions malicioses que s'instal·len al nostre ordinador o telèfon per espiar-nos–. Fent un clic a un enllaç maliciós pot obrir la porta als ciberdelinqüents i exposar les nostres dades personals o la nostra feina periodística.

El manual del CPJ posa molt d'èmfasi en aquest aspecte. Recorda que els periodistes sovint posem el nostre telèfon a disposició de moltes persones per buscar declaracions o recollir dades. És a dir, que el nostre número o adreça de correu electrònic va corrent per Internet gairebé sense control. D'aquesta manera, és fàcil que algú creï un missatge a mida i ens l'envii per fer-nos pensar que es tracta d'una font propera o d'un conegut i piquem.

Per tot plegat, cal preguntar-nos perquè aquesta persona ens està trametent això. I quin tipus d'URL és? Són interrogacions

que cal fer-se per evitar el temut *phishing*, el robatori d'informació confidencial per a després, en alguns casos, demanar una quantitat de diners per recuperar-la. Si encara hi ha dubtes, es pot consultar el Digital First Aid Kit, una iniciativa d'una dotzena d'ONG relacionades amb mitjans de comunicació com Free Press Unlimited o GlobalVoices. Aquesta eina, entre altres, compta amb un qüestionari de comprovació que ens ajudarà a determinar si un enllaç pot ser sospitós de *phishing*. Sigui com sigui, els experts recomanen comptar amb un antivirus i tenir activat un *firewall*, una primera defensa que ens avisarà de potencials perills.

6. TENIR ACTUALITZAT EL PROGRAMARI

És molt pesat, però és determinant mantenir actualitzat els nostres dispositius.

FIRST AID KIT COMPTA AMB UN QÜESTIONARI DE COMPROVACIÓ QUE PERMET DETERMINAR SI UN ENLLAÇ POT SER SOSPITOS DE PHISHING

Segons recorda el CPJ, un ordinador desactualitzat té més vulnerabilitats, que poden ser aprofitades per instal·lar programari maliciós. Sáenz ho compara amb la cura

física que ha de tenir una persona si vol estar sana: per tenir una vida digital saludable, cal tenir tot el programari actualitzat.

7. COMPTE AMB LES WIFIS PÚBLIQUES

Els últims anys ens hem acostumat a demanar, d'entrada, la contrasenya del wifi en un restaurant o un hotel. No som conscients, però, que aquestes xarxes són més vulnerables, ja que no xifren la informació que es transmet a través seu. Per tant, cal anar molt amb compte a l'hora de connectar-se en aquest tipus de xarxes si estem fent una feina que requereix discreció.

Les recomanacions s'estenen a dispositius com els USB. El CPJ recomana no connectar-los a ordinadors que estan a l'abast de moltes persones a determinats actes, ja que pot significar una fàcil entrada perquè

software maliciós contagii el llapis de memòria i, d'aquí, passi a algun dels nostres dispositius. Oi que ens rentem les mans quan

arribem a casa o ens posen gel hidroalcohòlic quan entrem en un lloc per evitar l'expansió del coronavirus? Doncs aquesta cura, en la línia del que comenta Sáenz en

el punt anterior, també l'hem de tenir en l'àmbit digital.

8. PRECAUCIÓ AL PASSAR FRONTERES

Travessar segons quina frontera està directament relacionat amb la seguretat digital. El CPJ avisa que els guàrdies fronterers, igualment que poden retenir material físic com llibretes o blocs de notes, poden fer el mateix amb dispositius informàtics. Per aquesta raó, recomanen que, a l'hora d'entrar o sortir d'alguns països es faci una còpia de seguretat de la informació més sensible en un disc dur o al núvol. En aquesta línia, aconsellen encriptar la informació perquè només pugui ser oberta amb una contrasenya i informar-se de la legislació del país que es vulgui visitar per evitar problemes amb les autoritats frontereres.

9. NAVEGAR AMB SEGURETAT

La majoria dels experts i organitzacions consultades recomanen la instal·lació d'una VPN (xarxa virtual privada) per codificar les connexions a Internet i garantir una navegació segura. RSF i Sáenz, en aquesta línia, proposen fer servir el navegador Tor Browser, que permet navegar

per Internet de manera anònima. En cas contrari, els hipotètics atacants podrien veure la informació que estàs consultant. El més aconsellable és revisar primer la configuració de seguretat del navegador que estem fent servir, deshabilitar les *cookies* o galetes de tercers i els rastreigs i, no cal dir-ho, mantenir-lo actualitzat.

10. SENTIT COMÚ

Com hem comentat amb anterioritat, el sentit comú també juga en aquesta partida. A més de tenir vista per detectar possibles enllaços a programes maliciosos, és essencial que un periodista tingui present una sèrie de qüestions que evitin

UN ORDINADOR SENSE ACTUALITZACIONS TÉ MÉS VULNERABILITATS, QUE PODEN SER APROFITADES PER INSTAL·LAR PROGRAMARI MALICIÓS

maldecaps. Si fem servir ordinadors de tercers, és essencial tancar totes les sessions que tinguem obertes i esborrar l'historial. I evitar que el navegador guardi les nostres contrasenyes i, en cas que ho hagi fet, esborrar-la immediatament. En aquest sentit, RSF també avisa que és convenient

que per administrar el lloc web d'un mitjà de comunicació s'habiliti més d'una persona. Si només el porta una persona i el seu perfil queda bloquejat per un atac, ningú més hi podrà entrar.

ANÀLISI DE RISCS

Per acabar cal destacar que els experts avisen de la necessitat que els periodistes i els mitjans de comunicació facin una anàlisi de riscos digitals. Generalment, la resposta serà negativa, tot i que aquesta situació està canviant en els darrers anys. L'expert Steve Doig aporta una data a partir de la qual la sensació d'inseguretat a la xarxa va augmentar arreu: el 2013, quan va esclatar

el cas Snowden, les filtracions d'aquest extreballador de l'Agència de Seguretat Nacional dels Estats Units alertaven d'un espionatge mas-

siu dels Estats Units a tot el món. A partir d'aquell any, les xerrades de Doig sobre seguretat digital, a les quals solien anar no més de deu persones, van passar a estar molt més concorregudes. Des de llavors, els perills relatius a atacs informàtics no han parat de créixer. **C**



Més informació a:

www.ciberseguretat.gencat.cat/web/.content/PDF/Informe-TendenciasT22021.pdf › Informe de l'Agència de Ciberseguretat de Catalunya

www.rsf-es.org/wp-content/uploads/attachments/RSF_MANUAL_SEGURIDAD_PERIODISTAS_2015.pdf › Manual de Seguridad para Periodistas (Reporters sense Fronteres)

www.cpj.org/2019/07/digital-safety-kit-journalists › Manual de Seguretat per a periodistes (Comitè per a la protecció dels periodistes)



Dossier
Ètica i periodisme al segle XXI



ALGORITMES ÈTICS?

El CIC publica un informe pioner sobre
com dotar la intel·ligència artificial
dels valors ètics del periodisme

A final de l'any passat, el Col·legi de Periodistes, el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) i les onze universitats catalanes amb estudis de Periodisme van organitzar una jornada sobre ètica periodística amb ponències sobre l'exercici professional, la desinformació o la cobertura informativa de la Covid. Autors d'algunes d'aquelles ponències han escrit els articles que conformen el dossier d'aquest número, com el d'aquestes pàgines de Patricia Ventura, coordinadora d'un estudi del CIC sobre els reptes i les recomanacions per dotar la intel·ligència artificial dels valors ètics del periodisme.



TEXT **PATRICIA VENTURA**

Avui, a les redaccions dels mitjans catalans ja preguntem a la intel·ligència artificial coses com: què és noticable?, quin títol triar?, quina forma ha de tenir el contingut?, quina informació cal destacar?

Totes aquestes formen part del nucli de la funció editorial del periodisme. I és que a les redaccions dels principals mitjans de comunicació de Catalunya, els algoritmes intervenen en tasques de tota la cadena de valor: des de la identificació de temes noticiables, passant per la recopilació de contingut entre grans bases de dades per nodrir la informació, la generació automatitzada de textos, d'infografies, transcripcions o bots informatius, fins a la distribució del contingut.

Davant d'això, cal preguntar-se: és la intel·ligència artificial una amenaça per al periodisme de qualitat? O, per contra, pot suposar una oportunitat per fer un millor

GOVERNAR ELS ALGORITMES EN EL PERIODISME PASSA PER POSAR-LOS AL SERVEI DELS GRANS PRINCIPIS DE LA PROFESSIONI

producte informatiu? La intel·ligència artificial, com qualsevol altra tecnologia, és una eina, i com a tal, la seva utilitat i els seus efectes dependran de com la fem servir. Governar els algoritmes en l'àmbit del periodisme passarà per posar-los al servei dels grans principis de la professió, atès que la seva aplicació és la millor garantia de la qualitat informativa.

Amb aquesta finalitat, el Consell de la Informació de Catalunya ha publicat l'estudi *Algoritmes a les redaccions: reptes i recomanacions per dotar la Intel·ligència Artificial dels valors ètics del periodisme*. Un

treball que ha tingut com a principals objectius promoure una reflexió conjunta entre el sector sobre com adoptar les tecnologies exponencials a les redaccions i

EL PROBLEMA ÉS OPTIMITZAR AQUESTA TECNOLOGIA AMB L'ÚNIC PROPÒSIT D'ACONSEGUIR FINALITATS COMERCIALS

així proporcionar eines al periodisme per liderar la *tecnòtica* de la comunicació.

LÒGICA EXTRACTIVISTA

L'estudi parteix d'una reflexió crítica respecte del paper de la mediació algorítmica per part de les plataformes i els seus efectes en l'ecosistema informatiu. Des que van emergir, durant el principi dels anys 2000, moltes persones vam veure l'arribada amb optimisme: ens van posar a l'abast més eines de creació de continguts, més canals per ser distribuïts i, per tant, més veus podrien ser escoltades. Fins i tot se'ls va arribar a atribuir un paper fonamental a les revolucions àrabs o al 15-M a Espanya, entre altres esdeveniments d'àmplia rellevància mundial.

A mesura que ha anat passant el temps, no obstant, hem comprovat que no tot han estat beneficis: hem après que basen el seu model de negoci en una lògica extractivista de les dades que amenaça la nostra privacitat i, per tant, les nostres llibertats; hem comprovat que la desinformació prolifera sense control pel nostre ecosistema informatiu i que, molt al

contrari del que aparentaven al principi, promouen un consum hiperpersonalitzat de la informació que erosiona la nostra visió comunitària.

És molt difícil de dir si avui som més en bombolles d'informació que abans, quan només disposàvem dels

mitjans de comunicació tradicionals, quan ens compràvem el diari que més sintonitzava amb la nostra visió del món, però sí que existeix un cert consens sobre el fet que no tots els efectes de l'arribada de les plataformes digitals han estat positius.

En cap cas l'informe planteja tot això com un problema tecnològic. La intel·ligència artificial, com dèiem, és una eina i com a tal els seus efectes estan condicionats a l'ús que en fem. El problema fonamental en l'arrel de les conseqüències de la gestió algorítmica de la informació és optimitzar aquesta tecnologia amb l'únic propòsit d'aconseguir finalitats comercials. És a dir, una gestió tecnològica sense tenir en compte uns valors ètics que, a priori, no venen i, per tant, podrien disminuir els indicadors de *performance* (resultats en base a mètriques associades a objectius purament de negoci) pels quals es guien, en termes generals, les grans tecnològiques.

APORTAR VALORS

En aquest context, l'estudi considera que al periodisme li convindria adoptar una postura, no només davant dels efectes de la gestió computacional de la comunicació, sinó també respecte a la creixent automatització dins la societat, mitjançant decisions algorítmiques cada cop més

NOU PUNTS CLAU

Un cop exposades les diferents ponències, la jornada sobre ètica periodística del 25 de novembre, que va tenir lloc al Col·legi de Periodistes, va finalitzar amb unes conclusions que es van resumir en els nou punts següents:

- 01.** Som en un context digital amb molts reptes oberts i moltes derivades.
- 02.** La importància de la recerca en temes d'ètica i que, des del Col·legi i des de l'exercici de la professió, es creïn sinergies amb l'Acadèmia.
- 03.** Potenciar els aspectes ètics des de la universitat per empoderar els estudiants.
- 04.** Treballar perquè les eines digitals ajudin a tenir informacions veraces.
- 05.** Lluitar contra la desconfiança a Espanya cap als mitjans de comunicació, sovint relacionada amb la no aplicació de criteris deontològics a l'hora d'exercir el periodisme.
- 06.** La importància de l'alfabetització mediàtica, sobretot entre els joves i els més grans.
- 07.** L'ètica és un aspecte essencial per al periodisme de qualitat.
- 08.** Treballar perquè la gent tingui eines i sàpiga diferenciar les informacions reals de les falses.
- 09.** L'exercici deontològic és transversal i també afecta els gabinets de comunicació i tot el que implica les imatges, sobretot perquè som en una societat amb un gran component audiovisual.

presentes en sectors tan determinants com la salut, la justícia o l'educació.

Avui els algorismes participen en decisions com ara el diagnòstic mèdic, el càlcul de l'índex de reincidència de presos o la concessió d'ajudes socials. El mateix Servicio Público de Empleo fa servir algorismes per decidir qui té dret a l'atur. La computació de qüestions tan sensibles comporta riscos derivats de l'ús de sistemes mal dissenyats o de dades de qualitat insuficient que provoquen biaixos algorítmics, de manca de supervisió o de transparència. A més, des d'una perspectiva més àmplia, cal considerar que les promeses tecnològiques de productivitat comporten una deshumanització en els processos als quals paga la pena d'estar atents, ja que fins ara no han parat de créixer.

Si el periodisme ha de vigilar aquests algorismes o, més ben dit, els qui els gestionen, en coherència haurà d'estar en condicions d'usar la intel·ligència artificial d'una manera exemplar. Posar-la al servei de la missió de servei públic, dotar-la de valors i demostrar que és capaç de gestionar-la com no ho fan altres, que es limiten

LA TRANSPARÈNCIA CONSTITUEIX LA PROTECCIÓ MÉS EFICIENT DAVANT DE POSSIBLES ERRORS DE LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL

a optimitzar-la amb finalitats purament comercials i, per tant, sense valors.

Per abordar la complexitat en moments molt inicials d'aquesta integració de la intel·ligència artificial a les rutines productives dels mitjans, l'informe identifica aquelles eines o pràctiques que entren intel·ligència artificial que generen més preocupacions ètiques entre el sector. Després ofereix una reflexió sobre els dilemes que genera cada tema clau i analitza

quins valors de l'ètica periodística afecta. Finalment, el CIC ha elaborat un decàleg de recomanacions per a l'ús ètic de la intel·ligència artificial en els mitjans de comunicació.

L'informe compta amb un comitè expert de primer nivell, així com amb una àmplia participació de professionals del sector. A més, ha comptat amb la col·laboració dels principals mitjans catalans de manera que han fet possible confrontar les reflexions teòriques amb la pràctica del dia a dia en els mitjans.

LES QÜESTIONS FONAMENTALS

Algunes de les principals preocupacions que es detecten entre els professionals del sector tenen a veure amb el temor a la pèrdua de qualitat del producte informatiu, a generar desinformació, biaixos algorítmics, a contribuir a generar càmeres d'eco i polarització o qüestions relacionades amb la privadesa.

Un cop identificats els temes clau i els dilemes, s'hi analitzen quins grans principis de l'ètica periodística afecten, seguint la

mateixa metodologia que el Col·legi de Periodistes de Catalunya va fer servir en l'actualització del codi deontològic el 2016 i que va

consistir a confrontar les noves pràctiques amb els valors fonamentals de l'ètica periodística —veracitat, justícia, llibertat i responsabilitat.

En aquest exercici es confirma que les aplicacions a priori més controvertides col·lideixen amb tots aquests. A més, l'informe identifica que alguns dels principis de la professió que figuren en els codis deontològics es resignifiquen i adquireixen més rellevància amb l'adopció de la intel·

ligència artificial. Aquests són els principis de transparència i de privadesa.

Després d'examinar les enquestes, les entrevistes i les reflexions sorgides en les

LES MÀQUINES NO TENEN ÈTICA I NO ENTENEN QUÈ SIGNIFICA ACTUAR PER PRESERVAR LA DIGNITAT HUMANA

trobadres, l'estudi proposa set temes clau en què aprofundir per després elaborar les recomanacions per a l'ús ètic de la intel·ligència artificial als mitjans del comitè expert en ètica del CIC.

Les qüestions fonamentals que desenvolupa l'estudi són les següents: contingut automatitzat amb criteri editorial, personalització que conviu amb la diversitat i promou la salut de l'esfera pública, supervi-

sió i qualitat de les dades per evitar biaixos, preservar la privadesa dels usuaris amb responsabilitat, com el periodisme de qualitat passa per posar en valor el factor humà, el finançament de les plataformes i la independència informativa i, finalment, la intel·ligència artificial per enfortir els valors del periodisme.

L'informe té caràcter divulgatiu i està dirigit a un públic no necessàriament especialitzat en tecnologia. A continuació oferim un resum d'alguns temes clau.

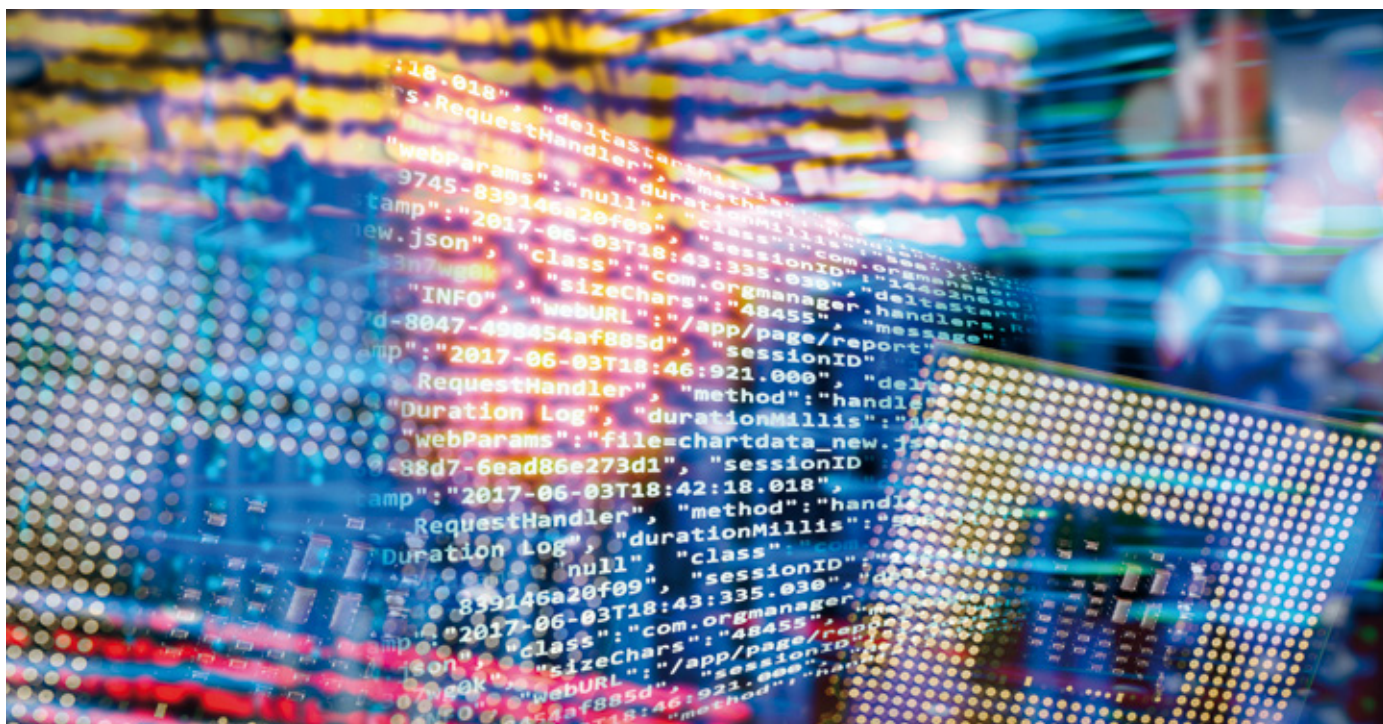
CONTINGUT AMB CRITERI

Tant la transparència com la supervisió humana són fonamentals per evitar i mitigar possibles errors o biaixos en la generació automatitzada de contingut.

Abans, però, caldrà identificar quin tipus d'automatització serà imprescindible comunicar, ja que aquesta s'utilitza en molts processos, i no és el mateix fer-la servir per a una transcripció de veu a text que a l'hora de generar tot el text d'una notícia. Segurament serà més rellevant comunicar el segon cas que el primer.

També en el context del contingut automatitzat i en línia amb la legislació europea, resultarà fonamental deixar molt clar a l'usuari que parla amb una màquina en l'ús de bots informatius. El principi de transparència, que ja era present en el codi deontològic, es resignifica i adquireix un gran protagonisme amb l'arribada de la intel·ligència artificial a les redaccions.

A més d'afirmar el compromís periodístic amb la veritat, la transparència constitueix la protecció més eficient davant de possibles errors. L'explicabilitat i l'evidència



Els algorismes són claus per determinar la informació que arriba a molta gent. Foto: Alamy



La utilitat de la intel·ligència artificial depèn de l'ús que en fan els usuaris. Foto: GEN Summit

d'on surt qualsevol tipus d'informació per actuar de manera responsable.

AVANTATGES DE LA PERSONALITZACIÓ

La personalització és una gran eina a l'hora de millorar l'experiència de l'usuari. Tanmateix, convé considerar certs aspectes a l'hora d'incorporar-ne l'ús als mitjans de comunicació, ja que una personalització extrema xocaria amb la missió del periodisme d'incentivar la visió comunitària sobre les qüestions d'interès públic. Aquí també, la supervisió dels sistemes en totes les fases de creació i implementació, així com la transparència, resultarà fonamental per evitar biaixos que podrien excloure grups minoritaris.

Altres qüestions susceptibles de col·lidir amb els principis ètics del periodisme així com amb la legislació que prepara la UE, són els sistemes que poden arribar a manipular el comportament de les persones a través del disseny persuasiu que sovint fan

servir motors de recomanació en altres plataformes. Caldrà prestar una atenció especial quan aquests sistemes puguin ser

ELS MITJANS HAURAN D'APOSTAR PER LA INNOVACIÓ I INVERTIR RECURSOS EN L'EXPERIMENTACIÓ I EN LA FORMACIÓ

utilitzats per persones amb vulnerabilitats psicològiques o menors d'edat.

EVITAR BIAIXOS

Una de les preocupacions més grans sobre els riscos de la intel·ligència artificial en qualsevol àmbit, inclòs el de la comunicació, són els biaixos que poden contenir els resultats dels processos per als quals s'ha optimitzat un algoritme.

No hi ha automatització sense dades, i perquè aquests biaixos no es produeixin serà imprescindible entrenar els sistemes

amb dades representatives del problema que es vol solucionar, és a dir, convindrà garantir que l'algoritme disposi de la

informació necessària per executar els procediments per a les finalitats que s'ha optimitzat. En aquest punt es fa necessari, de nou,

apel·lar a la transparència, i estar en condicions de poder explicar, a priori o a posteriori, per què el nostre sistema ha arribat a un determinat resultat.

PRIVADESA RESPONSABLE

El periodisme haurà de prendre posició respecte del problema d'erosió de la privadesa que s'està convertint en una amenaça per a les llibertats de la ciutadania i que ha estat causada precisament per l'extractivisme de les dades personals que han originat les plataformes de comunicació algorítmica.

El marc legal de què disposem a la UE és l'eina més adient a l'hora d'establir les millors pràctiques pel que fa al tractament de dades personals dels usuaris dels mitjans. En concret, el Reglament general de protecció de dades imposa obligacions directes. Segons aquesta normativa europea, una empresa pot tractar dades personals en condicions de justícia, transparència, tenir una finalitat especificada i legítima, a més de limitar-se a les dades necessàries per complir amb la finalitat esmentada.

Convé reflexionar sobre com es comunica des dels mitjans als usuaris l'ús que faran de les dades personals. En aquest cas, la transparència passa pel com: fugir de les comunicacions mitjançant clàusules i lletres petites. Els consentiments tradicionalment han estat escrites per advocats i dirigits a advocats. L'estudi proposa aprofitar la fortalesa de què disposen els professionals de la comunicació per expressar d'una manera breu, clara i didàctica la classe de tractament de les dades dels usuaris de manera que els posi en el centre. És a dir, d'una manera sintètica, facilitar que l'usuari compregui fins a quin punt està exposat.

EL FACTOR HUMÀ

Fa uns anys, no podíem imaginar el grau de delegació a què estem arribant quant a la intel·ligència artificial. En aquest context, sorgeixen dues grans qüestions: una és de caire filosòfic i l'altra és de tipus estratègic. La primera respon a la pregunta sobre què és el ens fa humans i, concretament, quines són les potencialitats humanes. Des de la perspectiva de l'ètica periodística, la resposta és clara: les màquines no tenen ètica, i els algoritmes en realitat no poden decidir res, perquè no poden entendre què significa actuar per preservar la dignitat humana i perquè una màquina no pot assumir cap responsabilitat.

D'altra banda, emergeix la qüestió estratègica. Tal com dèiem, una de les principals preocupacions del sector respecte a

l'adopció de la intel·ligència artificial en els mitjans és que es produeixi una eventual pèrdua de qualitat del producte informatiu. Aquesta percepció contradiu un discurs predominant que augura que la productivitat que suposarà l'automatització es traduirà en temps disponible perquè els periodistes puguin dedicar-se a tasques més creatives o que aportin més valor.

CAL AVALUAR COM DESENVOLUPAR EINES PER DONAR SUPORT A LA VERIFICACIÓ DE LA DESINFORMACIÓ I A DETECTAR BIAIXOS HUMANS

En aquest punt, els mitjans hauran de prendre decisions que implicaran reorganitzar processos i tasques, i per tal que els canvis repercutixin en el producte de manera qualitativa caldrà mantenir un bon equilibri estalvi-inversió que consideri com l'eficiència que pot proporcionar l'automatització dona lloc a un producte de qualitat, un factor determinant per assolir objectius comercials.

NOVES EINES

Per aconseguir extreure el millor de la intel·ligència artificial, però, haurà d'existir en els mitjans una aposta clara per la innovació i invertir recursos en l'experimentació, així com en la formació. Els periodistes necessiten uns coneixements mínims per poder participar en la presa de decisions relacionades amb la incorporació de les tecnologies exponencials, així com per a la correcta gestió de proveïdors d'eines. En cap cas caldrà que el periodista aprengui a programar, però sí que li convé, explica l'estudi, conèixer qüestions

fonamentals. Per exemple, desenvolupar el pensament computacional o conèixer conceptes bàsics com la diferència entre les diferents tecnologies algorítmiques a les que agrupem sota el concepte *intel·ligència artificial*: els algoritmes simples, l'aprenentatge automàtic o l'aprenentatge profund.

Disposar d'aquests coneixements bàsics ajudarà també a millorar la comunicació amb els enginyers, uns perfils que agafen un clar protagonisme

en el producte informatiu. En aquest sentit, l'informe identifica també un consens sobre la necessitat de formació en ètica periodística dirigida a aquests professionals que provenen d'àmbits tècnics.

Finalment, l'informe proposa també la necessitat d'avaluar com aquesta tecnologia pot ajudar a desenvolupar noves eines per enfortir els valors periodístics en el producte informatiu. Un exemple d'això són les eines d'intel·ligència artificial per donar suport a la verificació de desinformació, així com altres per detectar biaixos humans en el producte informatiu.

En definitiva, cal que el periodisme estableixi unes bases sòlides que es puguin escalar i siguin sostenibles en el futur. Integrar la intel·ligència artificial als mitjans de comunicació que aposten per la qualitat informativa passa per governar-la i implica posar-la al servei de la veritat, la justícia, la llibertat i responsabilitat, els valors fonamentals que regeixen la professió periodística. ¶

Més informació a:

www.youtube.com/watch?v=uPeTYyNcNMM, Vídeo íntegre de la Jornada sobre ètica periodística del 25 de novembre de 2021

www.bit.ly/3MCMs9y, Presentació de l'estudi *Algoritmes a les redaccions: reptes i recomanacions per dotar la Intel·ligència Artificial dels valors ètics del periodisme*, del 4 de març de 2022.



Dossier
Ètica i periodisme al segle XXI



DEURES PENDENTS

Ètica professional, consells de premsa i periodisme

La majoria dels ciutadans no coneixen els organismes que vetllen per l'ètica en la professió. I fins i tot molts periodistes en desconeixen els codis. A Espanya, en particular, tot això està condicionat per la mala imatge dels mitjans i dels professionals de la informació, que ha empitjorat arran de la pandèmia. Aquestes són algunes de les conclusions de l'ambiciós projecte europeu Media Councils in the Digital Age. En aquest article, Jaume Suau, membre del grup de recerca Digilab de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, n'analitza els principals resultats.



TEXT JAUME SUAU

Els darrers dos anys, el grup de recerca Digilab de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, Universitat Ramon Llull, ha participat en el projecte europeu Media Councils in the Digital Age. En aquest projecte, els investigadors del Digilab s'han centrat a estudiar diferents aspectes relacionats amb els consells de premsa, amb l'ètica periodística i amb la cobertura mediàtica de la pandèmia del coronavirus.

El primer any, el Digilab va enquestar 450 periodistes europeus, així com 61 membres de consells de premsa de 6 països europeus. L'objectiu era estudiar com els consells de premsa i els codis ètics es poden adaptar a l'època digital, contrastant les opinions de periodistes i les de membres dels consells de premsa. Per al segon

NOMÉS UNA TERCERA PART DELS PERIODISTES TENEN UNS CONEIXEMENTS ALTS SOBRE EL CODI ÈTIC O DEONTOLÒGIC EXISTENT AL SEU PAÍS

any del projecte, es va modificar l'objecte d'estudi, i d'enfocar-se en els professionals es va passar a les audiències, als ciutadans. Es va realitzar una enquesta a ciutadans d'Espanya, Bèlgica i Hongria, amb 800 entrevistes a cada país. L'objectiu era estudiar el coneixement dels consells de premsa i dels codis ètics entre els ciutadans europeus, així com estudiar l'impacte de la desinformació sobre la Covid-19 en els

tres països i les percepcions dels ciutadans sobre la cobertura mediàtica feta durant la pandèmia.

CODIS I CONSELLS

Els resultats del primer any són força sorprenents en relació al coneixement que tenen els periodistes dels codis ètics i dels consells de premsa. Una gran majoria dels enquestats assegura que els consells de premsa són quelcom necessari, si bé només un 68% afirma que el seu país en té un. En l'estudi comparatiu entre països es comprova que, en aquells països on existeixen consells de premsa, els periodistes tendeixen a conèixer-ne l'existència.

No és així, però, en relació als codis ètics. Només un 36% dels periodistes afirma tenir uns coneixements alts sobre el codi ètic o deontològic existent al seu país. Un altre 33% afirma que el coneix i que en té un coneixement bàsic, però suficient. La resta, o bé en desconeix l'existència o

si bé en coneix l'existència, no és així en relació al contingut.

Un altre resultat interessant entre periodistes és el relatiu a si creuen o no que els codis ètics i deontològics estan adaptats als reptes que presenta la digitalització i les noves formes de periodisme. És innegable que la professió periodística ha sofert grans transformacions els darrers anys, mentre que la majoria de codis ètics no han vist grans transformacions. En aquest sentit, les respostes estan molt repartides, pràcticament a parts iguals entre aquells que pensen que els codis ètics responen als reptes digitals, els que no ho pensen i els que no n'estan segurs. Com veurem, aquesta opinió és força diferent entre els membres dels consells de premsa.

Si estudiem les respostes dels membres dels consells de premsa i les comparem



Els consells de premsa encara són poc coneguts per molts ciutadans. Foto: Vicente Pruna / Arxiu

amb les dels periodistes, trobem alguns aspectes interessants. En primer lloc, els membres dels consells de premsa tenen una percepció menys optimista del coneixement dels codis ètics per part dels periodistes. Només un 17% dels enquestats creu que els periodistes tinguin un coneixement alt d'aquests codis, mentre que un 39% creu que en tenen un coneixement suficient. La resta, o creu que no coneixen l'existència de principis ètics o que si saben que existeixen, en realitat no en coneixen els continguts.

En general, els membres de consells de premsa creuen que els codis ètics estan adaptats als reptes de la digitalització (70%), encara que aquí trobem grans diferències entre països: a Bèlgica i Finlàndia es creu més fermament que els codis necessiten alguna adaptació menor, mentre que els membres de consells de

premsa a Espanya o Àustria són més crítics i demanen revisions més profundes.

Per tant, una de les conclusions generals de l'estudi és la necessitat d'analitzar, a cada país, possibles actualitzacions dels codis ètics, especialment pel que fa a

CAL ACTUALITZAR ELS CODIS ÈTICS, ESPECIALMENT PEL QUE FA A L'ENTORN DIGITAL I A LES NOVES FORMES DE PERIODISME

l'entorn digital i a les noves formes de periodisme com ara el *fact-checking* o les notícies generades per la intel·ligència artificial. El consens és força general que, els propers anys, aquests són temes que aniran guanyant en importància. Aquí cal destacar que, a nivell europeu, la realitat dels consells de premsa és molt diferent.

En alguns països, es tracta d'entitats amb fort pressupost, competències també en l'entorn audiovisual i una cultura periodística que en reforça la jerarquia entre la professió. En altres països, en canvi, els consells de premsa es troben en una situació més afeblida, d'aquí que el projecte Media Councils in the Digital Age compti amb mecanismes d'ajuda per a consells de premsa amb menys recursos.

CIUTADANS I ÈTICA

Una altra conclusió rellevant de l'estudi és la relativa a la necessitat d'enfortir la presència dels consells de premsa en el debat públic. Es tracta d'entitats relativament poc conegudes. En l'estudi realitzat, només un 31% dels hongaresos en coneix

l'existència, mentre que a Bèlgica i Espanya són un 28%. Aquestes dades s'han de considerar amb cautela. Per exemple, en els tres casos, entre el percentatge de ciutadans que afirma conèixer-los només un 70% és capaç de definir correctament quines són les tasques dels consells de premsa. En conseqüència, si bé la xifra entorn d'un 30% de coneixement entre el públic és baixa, en realitat, el més probable és que ho sigui encara més.

Aquesta manca de coneixement entre el públic és complicada de mitigar, però és quelcom molt rellevant: una de les funcions dels consells de premsa és precisament la capacitat de resoldre queixes dels ciutadans en relació a vulneracions dels codis ètics per part de mitjans i periodistes. Quelcom difícil de realitzar si el públic en desconeix l'existència. El

ELS CONSELLS DE PREMSA, ENCARREGATS DE VETLLAR PER UNA BONA PRAXI PROFESSIONAL, SÓN POC CONEGUTS PELS CIUTADANS

projecte Media Councils in the Digital Age és conscient del problema i de les dificultats econòmiques de molts consells de premsa. Es recomana als consells i als membres que realitzin activitats conjuntes amb altres entitats de la societat civil, per tal de donar-se a conèixer entre diferents sectors de la població.

Pel que fa a la manca de coneixement, hi ha també un altre aspecte que, en el cas d'Espanya, és particularment greu. Es tracta dels nivells, molt baixos, de confiança que tenen els ciutadans envers els mitjans de comunicació i els periodistes,

la qual cosa, sense dubte, afecta també les entitats d'autoregulació.

TENDÈNCIA A LA BAIXA

Una tendència envers la manca de confiança que s'ha vist reforçada durant la pandèmia del coronavirus. Quelcom que ha passat en altres països, però que en el

ABANS DE LA PANDÈMIA, UN 43% DELS ESPANYOLS CONFIAVA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ. DESPRÉS HA BAIXAT FINS A UN 36%

cas espanyol és més destacat. Per exemple, si bé abans de la pandèmia un 43% dels ciutadans afirmava creure en els mitjans de comunicació, després de la pandèmia aquesta xifra és de només un 36%.

Creix també la xifra dels que mostren posicions de descrèdit més extrem: d'un 17% pre-pandèmia a l'actual 30%. En

aquest sentit, l'explicació més plausible és la baixa nota que els ciutadans posen als mitjans de comunicació pel que fa a la cobertura de la pandèmia: una majoria creu que els mitjans han donat massa notícies, de poca qualitat i massa sovint de caràcter

sensacionalista. Una majoria creu també que els mitjans a Espanya cobreixen les notícies (pandèmia inclosa) des de punts de vista ideològics i partidistes.

Cal destacar-hi que, preguntats per si havien rebut desinformació sobre la Covid-19 una quarta part dels ciutadans afirma que ha estat exposat a desinforma-

ció via mitjans de comunicació, sobretot consumint televisió i mitjans digitals. Per això, els ciutadans identifiquen els mitjans de comunicació

des de posicions molt crítiques, la qual cosa reforça la necessitat d'enfortir els consells de premsa, que són les entitats encarregades de vetllar, precisament, per les bones praxi professionals. Ç

Dossier
Ètica i periodisme al segle XXI



BAIXAR DE LA TORRE D'IVORI

La defensa de l'ètica periodística
també té lloc a les aules

El 1992, amb l'aprovació del Codi deontològic, es van establir les bases de l'autoregulació de la professió. Des de llavors, han canviat moltes coses amb l'arribada de la societat digital. Va ser llavors quan es va entendre la necessitat de repensar el lloc que ocupava l'ètica en els continguts universitaris. Un debat que avui és més necessari que mai. En aquest article, Anna Clua, professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC, reflexiona sobre els reptes de l'ètica periodística i la comunicació digital des del punt de vista de la professió i de la docència.



TEXT ANNA CLUA

Fa trenta anys que la professió periodística es va dotar d'uns codis deontològics a Catalunya. Era l'any 1992 i el periodisme afrontava canvis importants que obrien pas a una nova economia política (o política econòmica) dels mitjans de comunicació. Després d'una intensa etapa de reconstrucció del sistema de mitjans en base a la recuperació dels valors democràtics, periodistes degans i periodistes joves es reunien en el Segon Congrés de Periodistes Catalans per a aprovar les bases de l'autoregulació de la professió.

L'objectiu era la salvaguarda dels valors ètics que forçosament havien d'acompanyar la transformació del sector de la comunicació, tal com llavors escrivia Joan Brunet ("A voltes amb el codi deontològic dels periodistes catalans") en un article al *Diari de Sabadell*. Els reptes tecnològics es tenien ben presents, si bé ningú podia al-

QUAN ES VAN PLANTEJAR ELS REPTES DE L'OFICI, ENS VAM ADONAR QUE CALIA REPENSAR EL LLOC QUE OCUPAVA L'ÈTICA EN ELS CONTINGUTS DOCENTS

birar en aquell moment la magnitud de les transformacions que provocarien les TIC.

Mentre els teòrics parlaven d'una "nova era" en relació amb la irrupció d'Internet

i les seves conseqüències, a les facultats de Periodisme l'ètica periodística es continuava explicant en la típica assignatura sobre

AVUI, DES DE LES FACULTATS, S'HA D'IDENTIFICAR CRÍTICAMENT I AMB RIGOR LES CLAUS PER PENSAR QUÈ ESTÀ PASSANT COM A SOCIETAT

legislació i marc normatiu que només s'actualitzava si hi havia un canvi en l'àmbit jurídic. No es va veure la necessitat que les titulacions acadèmiques incloguessin assignatures sobre dret a la comunicació i a la informació que permetessin afegir noves perspectives i ampliar el marc contextual i conceptual.

Més recentment, quan es va plantejar la necessitat de pensar els reptes de l'ofici, d'informar en un moment de salt (més que de transició) cap a la societat digital, ens vam adonar de la necessitat de repensar el lloc que ocupava l'ètica en els continguts docents.

I van sorgir preguntes interessants: com es veu afectada l'ètica periodística pels canvis en l'estructura dels mitjans i l'hegemonia d'una manera concreta d'entendre el model de negoci? I per la precarització

laboral i la fragmentació dels col·lectius dels treballadors? I per l'acceleració dels ritmes, l'explosió de dades i de continguts i per la immediata de l'accés a la informació a què aboquen les noves eines i plataformes de comunicació?

I encara hi havia més preguntes: com hem d'incorporar la Intel·ligència Artificial a les redaccions seguint els preceptes ètics del periodisme?, com es veu afectada l'ètica periodística pel canvi de perfil d'unes audiències a qui la tecnologia suposadament atorga el poder de produir continguts?, com s'han d'abordar els discursos d'odi des de l'ètica periodística? estan els codis deontològics adaptats als nous temps? (no només pel que fa als temes que tracten sinó pel que fa a la capacitat real de fomentar l'autoregulació de les dinàmiques i de les rutines de treball). I, finalment, és la deontologia periodística un tema accessible per a la ciutadania?

EL PAPER DE LES AULES

En intentar respondre a aquestes i altres preguntes ens vam adonar que els reptes que s'obrien davant l'ètica periodística no eren més grans pel fet de plantejar-los des de la societat digital, sinó perquè

simplement els vàiem allunyar-se del reconeixement pur i simple dels valors bàsics del periodisme i dels drets fonamentals de les persones.

D'alguna manera, semblava com si la irrupció de les tecnologies de la informació i la comunicació ens obligués a creure que l'ètica corria el risc de quedar obsoleta. I vam descobrir que la gran tasca que teníem per davant era recordar des de les aules els fonaments del periodisme, en un context en què la realitat segueix exigint un posicionament clar i tenaç.

Avui, des de les facultats de Periodisme s'han de poder identificar críticament i amb rigor les claus per pensar què ens està passant com a societat. Això inclou indagar què hi ha al darrere de la pola-

rització de l'esfera pública, de l'expansió de les narratives populistes, dels discursos feixistes i de les *fake news*, i fins i tot esbrinar què fem els periodistes amb les recomanacions per al tractament informatiu de temes com les guerres, la violència de gènere, les diàspores o els corrents migratoris. Hi ha una gran feina a fer, però podríem resumir-la en dues idees que ens fan tornar a les bases. Per una part, la defensa del periodisme com a servei públic de qualitat i la defensa del pluralisme dels mitjans han d'anar de la mà de la defensa del dret a la informació i a la comunicació com a drets humans reconeguts. I de l'altra, l'ètica ha d'estar present en el tractament de la informació. No es tracta només d'ensenyar els estudiants a documentar, acreditar i verificar la informació o a exercir la llibertat d'expressió, sinó

també que els futurs periodistes aprenguin a situar totes aquestes pràctiques en el marc dels valors democràtics i mitjançant el (re)coneixement i el respecte dels drets de les persones en la seva pluralitat.

És imprescindible, però, que aquests plantejaments no s'exposin com una mera base teòrica, ni quedin relegats als circuits acadèmics de publicació de tesis doctorals o articles acadèmics. En aquest sentit, la Universitat té la responsabilitat de generar espais de docència i de recerca connectats a la realitat del periodisme.

EINES PRIMORDIALS

Un bon exemple d'aliança entre universitat i sector professional el podem trobar en un estudi de Laura Juntunen



Les facultats de Periodisme tenen un paper clau en la difusió de l'ètica de la professió. Foto: Sergi Reborado / Arxiu

publicat recentment sobre els Consells de la Informació a Europa i la seva resposta als reptes dels codis deontològics en la societat digital.

Aquest estudi, impulsat des del Consell de la Informació de Finlàndia, és una de les accions generades en el marc del

LA UNIVERSITAT TÉ LA RESPONSABILITAT DE GENERAR ESPAIS DE DOCÈNCIA I DE RECERCA CONNECTATS A LA REALITAT DEL PERIODISME

projecte Media Councils in the Digital Age, finançat per la Comissió Europea. D'aquest projecte (en el qual ha participat la Universitat Ramon Llull juntament amb altres universitats europees) se'n deriva també la creació d'una base de dades sobre cinquanta-cinc codis deontològics que apliquen els Consells de la Informació de quaranta-nou països, entre els quals el Consell de la Informació de Catalunya. Eines com aquesta esdevenen primordials a l'hora de divulgar l'existència i funcions dels codis deontològics arreu del món per tal de fer-los accessibles a la ciutadania.

El treball en defensa de l'ètica periodística i el seu reconeixement, com s'ha dit al primer paràgraf, no és quelcom nou sinó que té un gran recorregut dins del sector

professional. S'ha impulsat a nivell local, nacional o internacional per iniciativa d'associacions, fundacions, sindicats, federacions, així com a través de nous mitjans de comunicació compromesos amb els valors dels quals s'ha parlat aquí. La creació de *consells de la informació* (habitualment posterior a la dels codis deontològics)

forma part també d'aquest recorregut. Cal garantir que la Universitat, a més de fer visible aquestes iniciatives i d'explicar-les a les aules davant dels estudiants, pugui contribuir a nodrir la connexió entre fer-se preguntes, baixar al carrer i trepitjar terreny.

SUMA DE FORCES

Aquest article s'iniciava amb un paràgraf sobre l'inici, on se citava un text publicat

LA UNIVERSITAT HA DE PODER CONTRIBUÏR A NODRIR LA CONNEXIÓ ENTRE FER-SE PREGUNTES, BAIJAR AL CARRER I TREPITJAR TERRENY

per Joan Brunet l'any 1992 sobre la proclamació del Codi deontològic de la professió a Catalunya. He volgut acabar amb

la referència a l'estudi dirigit per Laura Juntunen per demostrar que el recorregut fins avui s'ha nodrit de la suma de forces diferents: la suma de codis deontològics, la suma de consells de la informació i la suma del sector professional i la universitat, sense oblidar la major presència de la veu i de les aportacions de les dones.

La pedra angular de l'actual debat sobre la deontologia i els seus reptes té a veure amb la idea que l'ètica periodística no és només un deure i un dret de la professió, també és un requeriment i un mandat de la societat. El gran repte rau, d'una banda, en la possibilitat que la professió es desenvolupi en plenes condicions, de manera que l'ètica sigui un element indissociable de la feina de comunicar en nom de l'interès públic des d'una realitat canviant.

D'una altra banda, i davant del risc que la deontologia periodística quedi relegada en un segon terme rere l'hegemonia del

periodisme del *clíc*, cal apostar perquè la suma de forces internacional i l'aliança entre la professió i la universitat es consolidi i creixi. Tant de

bo això ens procuri més temps per pensar èticament i críticament en els mitjans que tenim i en els que vindran. **C**

Més informació a:

"A voltes amb el codi deontològic dels periodistes catalans", Joan Brunet › *Diari de Sabadell*, 19 de novembre de 1992

Digital Challenges to Ethical Standards of Journalism. Responses and needs of European Media Councils, de Laura Juntunen, 2022. › Council for Mass Media in Finland



COMUNICACIÓ EFICAÇ PER A PORTAVEUS

Evidències científiques demostren la importància
de les emocions en la construcció del discurs

TEXT ELISABET CARVAJAL
IL·LUSTRACIÓ ALBERT PINILLA



La psicologia cognitiva i la neurociència han desvetllat més enigmes sobre la ment humana en els darrers vint anys que en tota la història de la humanitat. Encara és més extraordinari saber que bona part de les tècniques d'Imatges de Ressonància Magnètica i Funcional, la neurociència i el descobriment de les neurones mirall aporten un allau d'estudis sobre comunicació. Evidència científica que, posada al servei de la formació de portaveus, permet millorar –i ratificar– les claus per a una comunicació eficaç sense obviar els grans teòrics de la comunicació i de la persuasió. Les emocions inexorablement compartides, la novetat i l'ús d'històries es confirmen com les grans eines per acoblar l'orador amb el públic.

Un portaveu neix o es fa? Els experts en oratòria asseguren que l'assaig és la clau. “Assaig, assaig, assaig...”, insisteixen. Preparació i assaig són necessaris per aconseguir que un portaveu sigui capaç de connectar –sincronitzar– amb el públic de manera eficaç. I ara la neurociència ho confirma.

En efecte, el cervell humà no para de créixer i de practicar, una vegada i una altra, crea noves vies, genera sinapsis i noves àrees de coneixement. Les tècniques d'Imatges de Ressonància Magnètica i Funcional (IRMf) revelen que les zones del cervell relacionades amb el llenguatge

s'exerciten. Així doncs, com més es parla en públic, més canvia l'estructura real del cervell i més es desenvolupen les àrees del cervell associades al llenguatge.

LA NEUROCIÈNCIA CONFIRMA QUE EL CERVELL NO POT IGNORAR LA NOVETAT. EN QUEDA CAPTIVAT I GENERA UNA FORTA EMPREMTA DE MEMÒRIA

Per tant, l'evidència científica permet assegurar que, tot i les habilitats innates individuals, totes les persones poden ser grans oradores si hi dediquen –moltes– hores d'assaig i d'entrenament adequat.

El mateix Steve Jobs, qui el 2005 captivava el món amb el seu exemplar discurs de graduació de la universitat de Stanford, no sempre havia estat un mestre de l'oratòria. Vint i cinc anys abans d'aquell emblemàtic discurs, Jobs mostrava evidents deficiències co-

municatives en les entrevistes que oferia als mitjans per presentar el seu model d'ordinador Macintosh.

LA RECEPTE DE L'ÈXIT

Per a l'expert en comunicació Carmine Gallo, autor, entre altres, del llibre *Hable como en TED: Nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores* (Conecta, 2016) el discurs del portaveu ha d'apren-

dre a moure's amb destresa entre tres ingredients: novetat, històries i passió. Una conclusió a la qual arriba a partir de l'anàlisi de les millors

intervencions, amb milions de visualitzacions, en la coneguda plataforma en línia TED, que ofereix exposicions de divuit minuts d'experts mundials en diferents especialitats.

Josep Vicenç Foix deia: “M'encanta el nou, m'enamora el vell”. Una bonica i concisa manera de copsar el poder que la novetat exerceix sobre nosaltres i la força de les tradicions que, des d'un punt de vista antropològic, explica com uneixen cada persona al grup i a una identitat col·lectiva. Novetats i tradició són dos recursos de la comunicació corporativa

LA CIÈNCIA DEMOSTRA QUE, TOT I LES HABILITATS INNATES, TOTS PODEM SER GRANS ORADORS SI ENS PREPAREM A CONSCIÈNCIA

(còrtex prefrontal), que tenen a veure amb l'execució de la parla, i la capacitat d'exposar idees amb major claredat, es tornen més actives i eficients com més

EL COM I EL QUÈ

Josep Maria Brugués, expert en oratòria i professor de Comunicació corporativa de la URL, la UPC i la UOC que es dedica, des de fa més de vint anys, a la formació de portaveus assessorant professionals de tots els àmbits, explica que les principals dificultats que detecta en la formació de portaveus rau en la part no verbal. “Ens han ensenyat a mentir”, explica. “Però el cos no menteix tant”, afegeix.

Brugués recorda la diferència entre parlar en públic i les compareixences davant dels periodistes: “En les intervencions davant dels mitjans el més important és el “què”, allò que diem. És a dir, el missatge concret. Aquí aconsello especialment fer ús dels exemples i de la importància de la repetició del missatge”. En canvi, en la resta d'exposicions davant públic el més determinant és el “com”.

En qualsevol cas, l'expert recorda que el secret per a una bona intervenció és l'assaig i la preparació. “Quan observo intervencions en públic encara veig que hi ha molta improvisació i aquest és el gran error, pensar que sense preparació i

sense assaig es pot fer una bona exposició. Un bon portaveu ha d'aconseguir ser creïble i ser ell mateix”, afirma.

Segons Brugués, els consells per a la preparació es basen en les “sis w” de la notícia periodística: per què, qui, què, com, on i quan. I explica que quan parlem del “qui” ens centrem a estudiar l'audiència. “Estudiem quins exemples oferirem per suportar el missatge. Hem de tenir en compte les emocions i les experiències. Hem de saber escoltar per empatitzat i adequar-nos a l'audiència”, aconsella. Amb el “com”, assegura que “ens referim a la comunicació no verbal: la mirada, els gestos, el vestuari, el paral·lenguatge...”.

D'altra banda, l'“on” és l'espai on tindrà lloc la roda de premsa, el discurs, etc. Aquí recorda que “cal tenir tots els detalls preparats de l'escenografia. En una comunicació per videoconferència, hem de ser capaços també de preveure tots els aspectes, per exemple un fons neutre que no distregui el públic”. Sobre el “quan”, incideix en la importància de la bona tria del moment, “de l'oportunitat”.

i de la comunicació eficaç del portaveu. Més encara, allò que és nou és a l'ADN de la notícia en periodisme.

La neurociència confirma que el cervell no pot ignorar la novetat, com en queda captivat i com genera una forta empremta de memòria. Quan la ment rep una informació que mai no ha processat abans, escapa de les percepcions previsibles i d'aquí la rellevància de la novetat. Un exemple clarificador és en Josep Ajram. Aquest expert en borsa es presentava als mitjans amb una imatge inusual en el ram, exhibint múltiples tatuatges i un estil de vestir poc convencional. Segurament molts espectadors catalans no recorden cap altre expert de borsa que no sigui Ajram.

Si el cervell no pot ignorar la novetat, la comunicació eficaç ha de ser capaç d'explicar les idees amb enfocament nous que generin en l'audiència una experiència o bé d'aprenentatge o bé de sorpresa. La

conclusió de Gallo després de l'anàlisi del grans oradors de TED és que sabien crear moments memorables durant les exposicions, cercant l'efecte captivador de la novetat i l'originalitat. Moments que fan brollar la màgia de la connexió entre orador i públic.

HISTÒRIES I NEURONES MIRALL

Un altre ingredient que tot portaveu ha d'aprendre a construir i a introduir en les seves intervencions és l'ús de les històries. Les històries poden ser anècdotes personals o d'altres, experiències, relats d'èxit o fracàs, relats amb un final inesperat, etc. Històries que s'adrecen al cor d'aquells que escolten.

Les històries estimulen i activen el cervell humà, ajuden l'orador a connectar amb el seu públic i acosten els punts de vista entre un i l'altre. “La manera més efectiva de transmetre informació és mitjançant

la connexió emocional de la història que fa tangibles i entenedors conceptes i missatges abstractes” explica Gallo. Dale Carnegie, en el llibre *Com parlar bé en públic*, publicat el 1915, ja intuïa el poder emocional dels recursos retòrics i aconsellava l'ús de metàfores i d'analogies per a una comunicació eficaç, cosa que ara confirma la neurociència.

Estudis de l'Institut de Neurociència de Princeton, dirigits pel psicòleg Uri Hasson, demostren que les històries personals fan que “la ment del narrador i del que escolta s'acoblin”. Més encara, el cervell de l'oient esdevé un reflex del cervell de l'orador. Es podria dir que quan l'orador explica una història planta idees i emocions en la ment d'aquell qui escolta.

Les revelacions de Princeton estan en la línia d'un dels grans descobriments sobre la ment humana dels darrers anys vint anys: les neurones mirall. Una serendipitat

ESTUDIS DE PRINCETON CONCLUEN QUE LES HISTÒRIES PERSONALS FAN QUE NARRADOR I PÚBLIC CONNECTIN



que constatava l'existència d'una empatia cognitiva, que es desenvolupa al llarg de la vida a través de l'experiència i l'aprenentatge, i una empatia emocional que ens connecta d'una manera innata, primitiva i inexorable amb la resta dels humans, compartint emocions que sentim de manera vicària.

Com explica el descobridor d'aquestes cèl·lules, Giacomo Rizzolatti, de la Universitat de Parma, "les neurones mirall permeten la comprensió immediata d'una acció i transmeten emocions com el riure o el fàstic". Les neurones mirall s'activen en la ment d'aquell que escolta amb cada moviment de l'orador, de la mateixa manera com si l'oïent també estigués fent els mateixos moviments i sentint les mateixes emocions, un vincle invisible i infrangible.

Aquestes revelacions, sens dubte, rellancen la importància de la comunicació no verbal del portaveu i el seu efecte en

l'audiència. Si la persona oradora somriu, planta un somriure en la ment del públic. Però si hi ha una incoherència entre paraula i el llenguatge no verbal (gestos,

CIENTÍFICS SOCIALS EXPLIQUEN QUE LA PASSIÓ S'EXPRESSA EN "L'ESTIL ENTUSIASTA NO VERBAL", SIGNIFICATIVAMENT PERSUASIU

expressions facials i llenguatge corporal), el públic està especialment programat per detectar-hi el frau.

Amb tot, la força persuasiva de les emocions a través de les històries no és nova. El filòsof grec Aristòtil, un dels primers creadors d'una teoria de la comunicació, ja avançava fa més de 2.300 anys que la persuasió es crea gràcies a tres elements: l'Ethos, el Logos, i el Pathos. L'Ethos és la credibilitat (les credencials del portaveu); el Logos és la part lògica que parla a la

raó, la part de les dades, les estadístiques o el big data; i el Pathos és la capacitat d'apel·lar a les emocions, de parlar al cor. Les conclusions de Gallo sobre el seu estudi dels grans oradors, situaven en un 65% la presència del Pathos en les intervencions de més èxit de TED, davant d'un 25% del Logos, que sustenta la tesi, i un 10% de l'Ethos.

ENTUSIASME NO VERBAL

La passió sincera per part de l'orador és una de les emocions que generen un impacte de forta credibilitat, inspiració i influència en l'audiència. La passió es pot definir com la sensació intensa i positiva que una persona experimenta cap a alguna cosa que és especialment significativa per a ella. La passió connecta amb la identitat i l'essència de l'orador i afavoreix una connexió directa amb el públic.

De fet, la passió s'evidencia especialment a través de la comunicació no verbal i aquí rau en bona part —recordar l'efecte de les neurones mirall— el nexa invisible i poderós d'aquesta emoció entre orador i

públic. Científics socials expliquen que la passió s'expressa en el que anomenen *l'estil entusiasta no verbal* que resulta significativament persuasiu.

Aquest estil es caracteritza per moviments enèrgics amplis i oberts, el moviment de les mans projectades cap a fora i la posició corporal segura, ben dreta i lleugerament inclinada cap a endavant.

Aquest és, doncs, el darrer ingredient d'una fórmula que assegura l'èxit per part de l'orador. Una fórmula basada en investigacions recents, però també en el que deien Aristòtil, Foix i tots aquells que ens donen les claus per a una comunicació eficaç. Ç

UNA PROFESSIÓ D'ALT RISC

La trista història de Kevin Carter exemplifica els problemes mentals que molts periodistes pateixen

TEXT J. M. BIELSA-GIBAJA

Cada cop es parla més de la salut mental, un tema que durant anys ha estat tabú. Però com afecta la salut mental als periodistes? Segons alguns estudis, la major part pateixen ansietat, depressió, estrès post-traumàtic o insomni. En aquestes pàgines, reproduïm extractes del llibre *Eso no estaba en mi libro de Historia del periodismo* (Almuzara) de J. M. Bielsa en què l'autor analitza diferents aspectes de la professió sovint desconeguts, com els efectes psicològics fruit de la feina dels professionals de la comunicació. I ho exemplifica amb el cas del fotògraf sud-africà Kevin Carter, que es va suïcidar poc després de guanyar el premi Pulitzer.



La famosa foto que Carter va fer l'any 1993 al Sudan i que li va valer el premi Pulitzer. Foto: Kevin Carter

El 2011, Kevin Dutton, membre destacat de la Royal Society of Medicine i un dels responsables del Departament de Psicologia Experimental de la Universitat d'Oxford, va dirigir un sondeig per tot el Regne Unit sobre la incidència de les psicopaties en els diferents àmbits professionals. Segons les seves inquietants conclusions, va resultar que de l'enquesta es desprenia que el de periodista era un dels oficis en què més possibilitats tenies de topar amb un psicòpata.

Després de publicar-se aquell treball, elaborat sobre la base d'un total de cinc mil cinc-cents enquestes a persones dedicades a tota mena de coses, el debat estava servit. Molts van creure en el seu moment que només es va tractar d'un truc de màrqueting per vendre el llibre on explicava els seus treballs i desenvolupava amb detall les seves tesis, altres s'ho van

EL 2011, UN ESTUDI DE LA UNIVERSITAT D'OXFORD CONCLÒIA QUE EL PERIODISME ÉS UN DELS OFICIS EN QUÈ HI TROBEM MÉS PSICÒPATES

agafar més o menys en broma i suposem que, més que ningú els periodistes, es consolarien en saber que, després de tot, segons l'enquesta, el perfil professional que més tics psicopàtics presentava, molt més que el de redactor o el de locutor o presentador, era el de director executiu d'una gran empresa, lloc de treball al qual Dutton va veure més trets psicopàtics que en cap altre després d'analitzar els resultats del sondeig.

COMPORAMENT PSICOPÀTIC

Més enllà de l'estudi del professor Dutton que dona peu a aquestes línies, el problema és quan ser periodista és dolent per a la teva salut física i mental; i dona la casualitat que l'exercici del periodisme moltes vegades ho és.

Parlem clar. Qui es dedica a aquest ofici viu més o menys sotmès a pressió i sota

un estrès difícil de dissimular que moltes vegades passa factura a la salut.

TRAUMES HABITUALS

Segons l'informe del Dart Center for Journalism and Trauma del 2016, vuit de cada deu periodistes experimenta un

VUIT DE CADA DEU PERIODISTES EXPERIMENTA UN ESDEVENIMENT TRAUMÀTIC RELACIONAT AMB LA FEINA AL LLARG DE LA SEVA CARRERA

esdeveniment traumàtic relacionat amb el treball al llarg de la seva carrera. L'ansietat, la depressió, l'estrès posttraumàtic i l'insomni poden ser coses fins a cert punt habituals en una redacció. Per als corresponents estrangers i periodistes freelance que cobreixen guerres, desastres i conflictes

és molt pitjor. Com que estan exposats a imatges que poden ser d'extrema violència, moltes vegades en circumstàncies de gran inseguretat

i posant en risc la seva integritat física, poden ser especialment susceptibles de desenvolupar problemes relacionats amb la salut mental i moltes vegades acaben per recórrer a l'automedicació, quan no a l'alcohol o altres substàncies poc convenients.

QUAN CARTER VA FER LA FAMOSA FOTO DE LA CRIATURA DESNODRIDA I EL VOLTOR, VA REBRE EL PULITZER, PERÒ TAMBÉ NOMBRESES CRÍTQUES

D'altra banda, admetem que certs estereotips periodístics que tenen a veure amb la valentia i la determinació que de vegades fan falta per tirar endavant la feina acaben sent perjudicials en soscavar el procés de reconeixement dels problemes de salut mental subjacents, fet que porta els periodistes afectats a patir-los en silenci, a dissimular-ne la feblesa. A sobre, al llarg

de les últimes dècades a la indústria han desaparegut, literalment, centenars de milers de llocs de treball, la qual cosa fa que la competició per aconseguir un lloc al sector informatiu sigui aferrissada. Una ironia tenint en compte que, en general, malgrat l'elevat nivell d'exigència, els sous estan per sota de la mitjana i que aquest

treball, sotmès a un flux interminable de pressions i amb un sentit desprietat de la competència, sense horaris, sense descansos, moltes vegades

sense vacances, capaç d'acabar la vida privada de qualsevol, requereix uns budells especials capaços d'assimilar paisatges de corrupció, crim, canvi climàtic, etc., que són qualsevol cosa menys reconfortants. Amb tot, i per no continuar desanimant, cal assenyalar que el de periodista, malgrat tot, no és l'ofici que registra més suïcidis. De fet, ni tan sols es troba entre els deu primers.

INTRAHISTÒRIA D'UN PULITZER

Els periodistes no se suïciden amb tanta freqüència com, segons les enquestes, ho fan els psiquiatres o els dentistes. Però no vol dir que no ho facin mai. El sorprenent del cas és que siguin alguns dels seus professionals més reconeguts els que cauen en el suïcidi i que ho facin en el moment més dolç, almenys en aparença, de les seves carreres.

Aquest és el cas de Kevin Carter. Autor d'una de les fotos més polèmiques de la història del fotoperi-

odisme (i n'hi ha unes quantes), la premsa de mig món segueix fent voltes als motius pel qual un famós fotògraf, després de rebre tot un premi Pulitzer que el va elevar a la glòria fotoperiodística, va decidir treure's la vida a finals de juliol de 1994.

Tot va començar gairebé any i mig abans, quan el divendres 26 de març de 1993 una



EL QUE NO SEMPRE S'EXPLICA

Eso no estaba en mi libro de Historia del periodismo (Almuzara), escrit per J. M. Bielsa-Gijaba, forma part d'una col·lecció d'aquesta editorial que, sota la mateixa fórmula, explora aspectes desconeguts de diferents professions.

Pel que fa al periodisme, Bielsa-Gijaba analitza què hi havia darrere la censura franquista, les manipulacions fotogràfiques de Hitler a Hendaia o les manipulacions informatives al voltant l'època de l'accident del *Titànic*, entre altres històries. L'autor és editor web, assessor en Comunicació Política i tècnic en Social Media, a més de redactor freelance en mitjans com *Público* o *ABC*.

foto amb una nena petita, desnudrida i esgotada que havia caigut a terra mentre un voltor la contemplava gairebé llevant-se a pocs metres, va aparèixer a les pàgines del *New York Times* acompanyant un article

ALGUNS MITJANS VAN ARRIBAR A TITLLAR A CARTER DE "VOLTOR" I "DEPREDADOR" PER NO HAVER AJUDAT A LA CRIATURA

de Donatella Lorch sobre la guerra civil al Sudan i la terrible fam que el conflicte havia desfermat.

Després de la publicació d'aquella imatge estremidora, la reacció dels lectors no es va fer esperar i només uns dies després la direcció del diari va rebre infinitat de cartes commogudes interessant-se pel destí de la nena que, segons es va explicar després, s'havia recuperat a temps i va poder escapar a l'aguait d'aquell ocellot si bé no se sabia si havia arribat a reunir-se amb els seus pares al campament on l'ONU distribuïa aliments a pocs metres del lloc on s'havia fet la foto.

L'any següent, el 12 d'abril, Carter rebria el premi Pulitzer a la categoria de Fotografia per aquella instantània que va com-

moure mig món. Al cim de la seva carrera, va ser l'estrella de la cerimònia de lliurament de premis i, segons ell mateix va escriure als seus pares, va rebre més aplaudiments i elogis que ningú, encara que

lluny d'aquell lloc on el seu èxit semblava anar-se consolidant, també començaven a sentir-se veus crítiques com la del *Saint Petersburg Times*,

un diari de Florida que no es va mostrar gens complaent amb la seva feina i es va desfogar a gust. "L'home que ajusta la seva lent per prendre l'enquadrament correcte del patiment, bé podria ser un depredador, un altre voltor a l'escena", van escriure.

D'altra banda, la foto, la més important de la seva vida malgrat que no la podia ni veure, (segons ell mateix va declarar) va ser contemplada per molts professionals amb un cert escepticisme i van creure que, d'alguna manera, havia orquestrat la instantània. Arribada la polèmica al punt àlgid, fins i tot alguns dels seus amics es van acabar preguntant públicament per què no havia ajudat la nena, al que va haver de contestar, pressionat pels esdeveniments, que es va assegurar que el voltor no l'atacava i que va estar allà al voltant

de vint minuts. Algunes fonts diuen que, després de fer aquesta i altres fotos, es va asseure a fumar unes cigarretes a l'ombra d'un arbre i va plorar desconsoladament.

RECORDS TURMENTOSOS

No s'ha de ser gaire llest per entendre que hi ha la possibilitat que un treball tan cru com el de Kevin Carter i d'altres fotògrafs acabi per minar la salut i la moral de les persones que ho fan. Una altra cosa molt diferent és, com s'ha repetit fins a la sacietat, que Kevin Carter se suïcidés angoixat, com incapaç de perdonar-se per aquella imatge.

Fotoperiodistes que van conèixer Carter i van coincidir amb ell sobre el terreny creuen que el relat del seu suïcidi que va prevaler davant l'opinió pública va estar carregat de la pitjor moralitat falsa possible i per sostenir-ho es remeten a la vida d'excessos i desordres que portava el fotògraf que, segons sembla, fumava amb certa freqüència White Pipe, una barreja explosiva de drogues i travessava un moment complicat en la seva vida familiar que incloïa certes dificultats econòmiques derivades d'un divorci recent.

Les cartes que va escriure a la família i als amics abans de suïcidar-se, revelen que les imatges que havia vist en l'exercici de la seva feina, no només la de la nena, moltes altres, li turmentaven des de feia temps i, potser com li passaria a qualsevol persona decent, li suscitaven no pocs dubtes morals de difícil resolució i sentiments trobats. "He arribat a un punt on el patiment de la vida anul·la l'alegria. Visc perseguit per records de morts, de cadàvers, ràbia i dolor. Em persegueix la pèrdua del meu amic Ken", va deixar escrit.

Es referia a Ken Oosterbroek, company de professió i amic amb qui havia treballat mil vegades i que formava part de l'anomenat Bang Bang Club, un exclusiu grup



ROYAL BLISS[®]

FREEDOM TO *Mix*



Cada mescla inspira.

*Fes la mescla que vulguis amb Royal Bliss
i descobreix la teva obra mestra.*

de quatre fotoperiodistes sud-africans blancs (Kevin Carter, Joao Silva, Greg Marinovich i Ken Oosterbroek) creat al voltant de 1992, les carreres del qual estaven marcades per haver cobert el llarg i sagnant final del règim de l'Apartheid en aquell país, a més d'altres conflictes armats.

La qüestió és que Oosterbroek, un d'ells, va morir tirotejat mentre feia fotos d'uns violents disturbis el 18 d'abril d'aquell mateix any, tot just una setmana després que Carter rebés el Pulitzer i sembla que allò va ser la gota que va fer vessar el got de la resiliència del fotògraf, que es va ensorrar.

El malentès rau a pensar que es va suïcidar per remordiment. No va ser així. No es va llevar la vida per culpa d'aquella foto, sens dubte maleïda, de la nena i el voltor, sinó més aviat aclaparat d'un dolor que feia anys que acumulava, del qual no podia lliurar-se, que el perseguia i li impedia portar una vida mitjanament normal. Però això no ho és tot. Hi ha alguns malentesos més girant al voltant d'aquesta foto.

Per començar, la criatura que apareix fotografiada no era una nena, sinó un nen de nom Kong Nyong que no va morir sinó catorze anys després que la foto fos feta, el 2007, a causa d'unes febres (algunes fonts parlen de malària) desgraciadament força comunes a la zona. D'altra banda,

CARTER NO ES VA LLEVAR LA VIDA PELS REMORDIMENTS PER AQUELLA FOTOGRAFIA, SINÓ ACLAPARAT PELS FANTASMES QUE L'ASSETJAVEN

fotògrafs espanyols que van visitar l'enclavament en aquells dies, com José M. Arenzana o Luís Davilla, s'han cansat de repetir que el nen no estava defallint en el moment que va ser retratat, sinó que havia anat a aquell lloc apartat del campament a fer les seves necessitats. No gaire lluny d'un abocador que els voltors freqüentaven per fer-se amb algun dels



Kevin Carter, durant els anys noranta, en una fotografia d'arxiu

residus que s'hi dipositaven. El nen estava severament desnodrit (d'acord), però no havia estat pas abandonat a la seva sort, ni tampoc llanguia, estava rebent l'atenció dels infermers francesos de Metges del Món que s'havien desplaçat a la zona i, a més, no era allò que l'animal darrere seu caminava perseguint.

De fet, l'aparent proximitat entre tots dos va ser una il·lusió òptica resultat de l'objectiu de la càmera o de l'enquadrament i els

podien separar molts més metres dels que sembla. En definitiva, l'ocell no hi era per menjar-se'l. Encara que la foto fos real, la història que semblava explicar, no ho era completament, de manera que fins i tot podríem dir, rigorosament parlant, que el Pulitzer va premiar una *falsografia* atès que la imatge transmetia un sentit enganyós del fotografiat.

La qüestió és que molts estudiosos de la deontologia periodística sostenen que, encara que la foto no és rigorosament veraç, el fotògraf no va obrar malament des d'un punt de vista ètic. Després de tot, no va manipular la situació, ni va fer la foto per guanyar un premi, sinó més aviat —diuen— es va limitar a fer la feina perquè prenguéssim consciència de l'extrema cruesa de les condicions en què viuen milions d'éssers humans i mobilitzar voluntats perquè això, en la mesura del possible, s'acabi.

Vist així, la foto podria merèixer una indulgència especial a la qual no tenim la menor intenció de refusar-nos. Potser, després de tot, l'error més gran que va cometre el fotògraf va ser no buscar ajuda per als seus problemes. No prendre una certa distància respecte dels fantasmes que l'assetjaven. No tenir la lucidesa per apartar-se'n, ni tan sols durant un temps, d'un ofici que el consumia. El debat continua obert. Ç



Nascut en una terra màgica on cada dia la natura ens regala moments extraordinaris i ens comparteix els seus secrets més amagats.

Família Torres



Oriflama

La revista que a final del franquisme
va suposar una alenada d'aire nou
per a la joventut

TEXT JOSEP MARIA FIGUERES

FOTOS ARCA (BIBLIOTECA NACIONAL DE CATALUNYA)



Dècades enrere, els joves no disposaven de massa publicacions específiques en català, i molts passaven d'infants a adults sense res més que el *Cavall Fort*. En aquest sentit, *Orifloma* va tenir un paper important, ja que va esdevenir, des de final del franquisme fins a la Transició, una revista adreçada a la joventut que va viure una etapa d'èxit amb Josep Maria Huertas i el seu equip fins que, a poc a poc, es va anar esllanguint, sobretot quan va deixar d'anar adreçada al públic potencial.

Orifloma era una revista mensual que es va editar als anys seixanta i setanta. Es dirigia a la població juvenil. L'abril de 1961, va néixer com un annex de la revista diocesana *Casal*, editada l'Acció Catòlica de Vic. Per tant, darrere hi havia el bisbat vigatà. Va ser a l'any següent que es començaria a especialitzar com a revista destinada als joves que feien el servei militar obligatori i es va convertir en l'òrgan del servei castrense de la diòcesi. I durant els cinc primers anys –alternant articles en català i castellà– aquesta seria la tònica.

En aquell inici, mantenia un to casolà sense cap incidència crítica. I comptava amb el suport del bisbe Ramon Masnou, que va situar al davant d'*Orifloma* un clergue catalanista com Joan Cortés i Tossal. Els articles tractaven sobre temes com el cinema i la literatura, i fins i tot s'hi abordaven, tenint en compte que anava dirigit a joves soldats, temes militars escrits per oficials de l'Exèrcit.

Orifloma, que acabaria sent una revista amb vida pròpia, en aquells primers anys, va tenir col·laboradors com Miquel Martí Pol, que escrivia articles i peces de literatura, o Josep Ylla-Català, que ho feia de cinema. També hi escrivièn Jordi Planes o Emili Teixidor, entre altres. Tot plegat, va anar augmentant la qualitat literària de la capçalera.

L'ETAPA HUERTAS

La protecció del paraigua eclesial, tal com passava en altres publicacions de l'època, s'emparava en el Concordat vigent, que possibilitava aquesta llibertat per a l'Església. Però això es va veure alterat el 1966 amb la nova Llei de Premsa i Impremta, coneguda com Llei Fraga. La revista era catalanista –estava vinculada al moviment d'oposició antifrancista d'Osona– i no agradava al Règim, així que el Ministeri va pressionar perquè la revista, tal com determinava la Llei Fraga, tingués un director amb carnet de periodista. I Joan Cortés no en tenia.

Així que aquest va demanar consell al conegut periodista Manuel Ibàñez Escofet, que li va recomanar Josep Maria Huertas, el qual acceptaria el càrrec, tot i que va haver de falsificar el certificat de residència perquè semblés que vivia a Vic, ja que la llei deia que el director havia de residir on es publicava la capçalera.

Durant l'etapa de Huertas –que va arribar amb Jaume Fabre, Josep Martí Gómez i Rafael Pradas– la revista ja era íntegrament

en català. A més, es van renovar continguts i es va reorientar la filosofia editorial, donant-li un aire més viu. La publicació, com el mateix Huertas –destacat lluitador antifrancista– es va anar decantant cap a un progressisme combatiu.

El novembre de 1968, va arribar el primer expedient –amb la multa consegüent– del Ministeri. El gener de 1969, coincidint

LA PUBLICACIÓ VA TENIR PROJECCIÓ A TOT CATALUNYA, PRIMER COM UN SUPLEMENT I, POSTERIORMENT, AMB ENTITAT PRÒPIA

amb l'estat d'excepció a Espanya, es va donar un altre expedient precedit de segrest per una doble pàgina plena d'acudits del dibuixant Cesc que no van agradar al subdelegat del Ministeri. Per poder aixecar el segrest va haver de sortir la doble pàgina amb un altre acudit d'en Cesc, però molt més suavitzat. Dues versions que en aquestes pàgines de CAPÇALERA veuen la llum per primer cop.

RECONEGUDA I DEFICITÀRIA

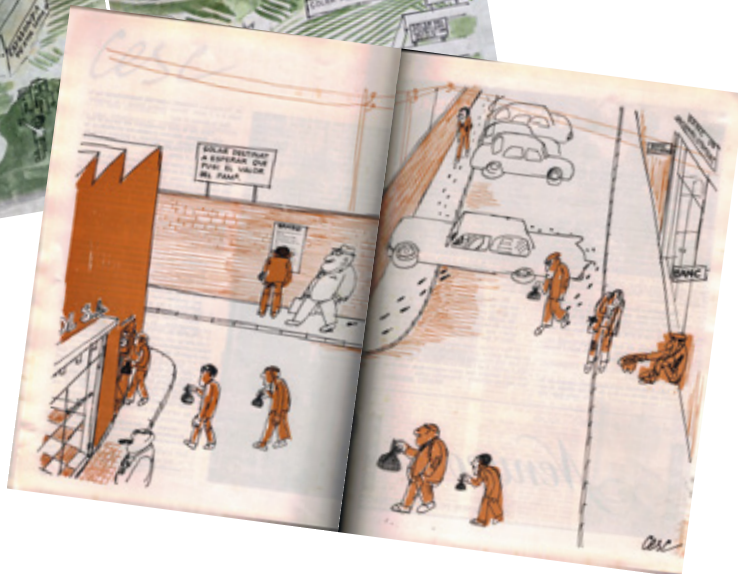
Gràcies al capital humà que *Orifloma* tindria en l'etapa Huertas les vendes s'acostaren a 10.000 exemplars. A més, l'arribada de col·laboradors com Lluís Permanyer, Francesc González Ledesma, Lluís Bonet Mojica, Josep Ramoneda, Oriol Pi de Cabanyes, Maria Aurèlia Capmany, Núria Pompeia o del dibuixant Enric Sió –un jove llavors desconegut que acabaria sent un dels valors més sòlids del còmic català i europeu dels anys setanta– va accentuar el to progressista i va aportar una varietat ideològica.

Aquesta finestra oberta a la modernitat s'il·lustra amb historietes d'Enric Sió d'estil pop com *Lavinia 2016* o *la guerra dels poetes*, amb guió d'Emili Teixidor, una narració de ciència-ficció irònica amb personatges coneguts de Catalunya que està considerat el primer còmic de crítica política de l'Estat espanyol. Una altra novetat era la fotonovel·la paròdica *La Núria es perd* escrita per Teixidor i protagonitzada pel mateix Sió, Núria Espert i Carles Velat.

A més dels problemes amb la censura, Huertas i els seus havien de lidiar amb el bisbat de Vic, que es va queixar, per exemple, per una portada amb un dibuix de *Lavinia 2016* en què apareixia una



Doble pàgina censurada a Cesc el 1969 i la doble pàgina, també d'aquest autor, que va substituir la censurada.



dona nua. Poc després el còmic arribava a la fi. Després va venir la polèmica per una entrevista amb Guillermina Motta –que publicava el disc *Visca l'amor!*– la cantant va defensar la convivència de parella sense el lligam matrimonial.

A part dels conflictes amb el Règim i el bisbat, també hi havia els problemes econòmics. La capçalera acumulava un dèficit econòmic que, el 1968, ja ascendia a quasi un milió i mig de pessetes. “Fèiem pàtria sense peles”, admetia en Huertas. Prova

AMB JOSEP MARIA HUERTAS ARRIBARIEN PERIODISTES COM RAFAEL PRADES, JAUME FABRE O JOSEP MARTÍ GÓMEZ

d'això és que una jove Montserrat Roig només va col·laborar amb dues entrevistes després que li paguessin 250 pessetes –un euro i mig– per cadascuna. I Sió també acabaria marxant pel poc que pagaven. El cert és que els col·laboradors cobraven poc, però hi havia l'avantatge d'una llibertat creativa que difícilment es trobava en altres publicacions. El ninotaire Jaume Perich, per exemple, hi publicava acudits que no podien veure la llum en altres capçaleres.

I per si no hi havia prou conflictes, també hi havia una tensió interna fruit de les diferències entre redactors barcelonins i vigatans –hi havia dues redaccions, una a Barcelona i l'altra a Vic. Els primers apostaven per un producte més periodístic i els segons per un més intel·lectual. Van imposar-se els primers, que controlaven el dia a dia de la publicació.

DEL BISBAT A PUJOL

La modernitat d'*Oriflama* provocaria que les relacions amb el bisbat vigatà –amb persones com el mateix Joan Cortés i clergues com el polèmic censor Antoni Oriol Tàtaret– al final esclatessin. Finalment, el 3 de desembre de 1969, va arribar el trencament amistós amb el bisbat i mesos després Jordi Pujol, que ja feia temps que col·laborava amb la revista, entraria com a accionista majoritari. Amb el canvi d'accionariat, la revista s'instal·laria en un pis modernista al carrer Rosselló de Barcelona.

Huertas i el seu equip tindrien friccions constants amb Pujol, com quan van fer una portada de Joan Josep

Guillén amb un Sant Jordi laic. L'inici del final de l'època Pujol va arribar quan Joan Garcia Grau, el gerent que aquest va nomenar, va publicar dos articles del propietari sota pseudònim, eren aliens a la línia dels *huertamaros*, com es coneixien els periodistes aglutinats a l'entorn d'en Huertas, i que aquests consideraven reaccionaris.

Davant les amenaces i pressions del Ministeri davant d'aquella revista que tenia una bona tirada i que s'havia guanyat un prestigi, el 1971, Josep Maria Huertas va deixar de ser-ne director i el va substituir Jaume Fabre, tot i que, a la pràctica, la direcció era col·legiada entre els dos.

A *Oriflama* –que s'havia convertit en la segona revista catalana després de *Serra d'Or*– es parlava de qüestions locals, culturals, problemàtiques socials, reivindicació obrera o aspectes reivindicatius. I hi escrivien Xavier Vinader, Quim Monzó, Jaume Lorés, Pere Calders, Agustí Bartra, Teresa Pàmies o Manuel Vázquez Montalbán, entre altres.

Finalment, el 1972, Jordi Pujol es va retirar de la publicació. Davant d'això, l'equip de Barcelona van oferir la revista a l'abadia de Montserrat i al partit socialista, entre altres, però ni als uns ni als altres no els va interessar. Va ser Pujol qui, encara amb el control legal de la capçalera, la traspassaria al líder democratacristià

XXXV FESTA del RENAIXEMENT TORTOSA

21-24 JULIOL
2022



Ajuntament
de Tortosa



Festa del
RENAIXEMENT
TORTOSA



Anton Cañellas, afiliat a Unió Democràtica –formació per a la qual, anys després, seria diputat– que va passar a ser el nou soci majoritari.

Només arribar, Cañellas –que va comportar el trasllat de la redacció al barri de Sants– va demanar la marxa de Huertas, Fabre i companyia, tot i que no ho va aconseguir. Les relacions amb els nous propietaris cada cop eren més difícils.

REINVENCIÓ FALLIDA

Quan Cañellas es converteix en el nou propietari de la revista, feia poc que la direcció, després de la dimissió de Huertas, havia passat a mans de Jaume Fabre, tot i que en realitat exercia de manera mancomunada amb en Huertas.

En aquesta etapa, a més de les friccions amb Cañellas, els problemes amb el Règim són constants. Com la polèmica per una enquesta a alumnes de COU on hi havia una pregunta sobre la masturbació juvenil o per uns articles sobre el cop d'estat a Xile per part de Pinochet. Aquest últim conflicte va comportar el segrest d'*Oriflama*.

Els problemes no s'aturen i fins i tot hi ha dimissions com la de Josep Ylla-Català. El 1974, Jaume Fabre va ser acomiadat, juntament amb tot l'equip, entre ells Huertas. Cinquanta-un pe-

HI VAN ESCRIURE MIQUEL MARTÍ I POL, EMILI TEIXIDOR, PERE CALDERS, TERESA PÀMIES O MANUEL VÁZQUEZ MONTALBÁN, ENTRE ALTRES

riodistes van signar una carta demanant la readmissió de tots ells i alertant d'una “depuració ideològica”, però no es va aconseguir



Il·lustració de Lavinia 2016 o la guerra dels poetes, d'Enric Sió

que els tornessin a admetre. Havia finalitzat l'etapa combativa d'*Oriflama*, que va acumular quinze expedients i segrests en sis anys.

A partir de llavors, els propietaris encarregaren la direcció a Agustí Pons, que amb Robert CollVinent com a sotsdirector, va liderar la revista entre febrer del 1973 i març del 1975. Amb Pons es va contractar Oriol Pi de Cabanyes, Lluís Pascual, Maria Aurèlia Capmany, Màrius Carol i Montserrat Minobis, entre altres.

A Pons l'acabaria substituint Antoni Plaja i Masdeu. Durant aquesta darrera etapa van disminuir els temes polítics, es va mantenir un to adaptat als interessos, conservadors i catòlics d'UDC i, sobretot, la informació comarcal va anar en detriment de la política.

Després d'un temps sense sortir al mercat –entre l'octubre del 1976 i el maig del 1977– *Oriflama* reapareix poc abans de les primeres eleccions democràtiques en què guanyen les esquerres. La capçalera, tot i això, havia canviat molt. Tenia moltes pàgines a

L'EQUIP D'EN HUERTAS VA HAVER DE LIDIAR AMB EL RÈGIM, AMB EL BISBAT DE VIC I AMB PROPIETARIS COM JORDI PUJOL I ANTON CAÑELLAS

color i un disseny atractiu i era un setmanari d'informació general estricta que ja no anava dirigida al públic juvenil, lector fidel. Les vendes van baixar fins a 7.000 exemplars. Hi havia una sagnia constant de baixes.

Finalment, aquesta nova etapa, breu i fallida, va finalitzar el 17 de desembre de 1977. Com va escriure Josep Maria Huertas, *Oriflama* “va néixer ajudada per l'Església i va morir quan estava massa acostada a un partit cristià”. Ç

Més informació a:

Aproximació a Oriflama, una revista catalana sota el franquisme, Sílvia Caballeria i Núria Codina. › Barcelona, Col. St. Miquel de Sants, 2005

Oriflama. Entre l'Església i la política, de Josep M. Huertas a diversos autors › Tele Estel, Arreu

Oriflama, Canigó i Presència. Cinc revistes catalanes entre la dictadura i la transició › Barcelona, Col·legi de Periodistes, 1987

Un resum al llibre *Cada taula, un Vietnam* › Barcelona, Edicions de La Magrana, 1997

Oriflama en el marc de l'antifranquisme osonenc, Josep M. Rovira › Revista *Ausa*, 146 (Vic, 2001), pàgines 441-460.

Consultable a RACO.



AMPOSTA ÉS NATURA I PATRIMONI



PERIODISTES A LA DIANA

Mèxic és un dels països més perillosos on exercir la professió

TEXT MARTA SAIZ I JAVIER SULÉ



Manifestació del 25 de gener a Querétaro contra l'assassinat de tres periodistes mexicans. Foto: César Gómez / Alamy

Segons el Comitè per a la Protecció de Periodistes, almenys 144 reporters han mort violentament a Mèxic des del 1992 i les anomenades “zones de silenci” no paren de créixer. Són llocs on els periodistes resulten incòmodes i la delinqüència organitzada, lligada a la corrupció institucional, controla el que es publica. La mort dels informadors s’interpreta, així, com una manera de silenciar i censurar la premsa, però també ha revelat l’extrema precarietat laboral en què treballen. Amb tot, encara hi ha molts periodistes que se la juguen i moltes organitzacions i col·lectius periodístics que, amb la unió, fan front a les amenaces i a la vulnerabilitat de la professió.

José Luis Gamboa, Yesenia Mollinedo i Johana García a Veracruz, Margarito Martínez i Lourdes Maldonado a Tijuana, Roberto Toledo i Armando Linares a Michoacán, Heber López a Oaxaca, Jorge Camero a Sonora, Juan Carlos Muñiz a Zacatecas i Luis Enrique Ramírez a Cuernavaca són els noms de les onze persones assassinades a Mèxic per ser periodistes des de començament del 2022. Les seves morts han tornat a posar sobre la taula el rostre de la violència que pateixen al país, considerat un dels més letals i perillosos per a exercir la professió.

Molts dels periodistes assassinats treballaven per a mitjans modestos o havien creat els seus propis digitals amb un caràcter

MOLTS PERIODISTES ASSASSINATS TREBALLAVEN PER A MITJANS MODESTS O HAVIEN CREAT ELS SEUS PROPIS DIGITALS LOCALS

molt local. La gran majoria ho feia a llocs que ja es coneixen com a “zones de

silenci”, on la delinqüència organitzada és poderosa i on es controla la informació. Ho són les zones frontereres de Tijuana i Juárez, si bé també n’hi ha d’alguns estats

“ÉS UN PERILL TREBALLAR I SENTO POR, PERÒ ÉS L’ÚNICA MANERA DE GARANTIR QUE HI HAGI DEMOCRÀCIA” Nativitat Ambrocio

com Guerrero, Oaxaca o Veracruz, rics en recursos naturals. A tots aquests llocs, l’amenaça del crim organitzat, lligat a la corrupció institucional, ha silenciat la majoria de les veus.

PERILL CONSTANT

Així i tot, algunes periodistes continuen jugant-se la vida. És el cas de la Nativitat Ambrocio, periodista al municipi d’Iguala, a Guerrero. “A Mèxic no hi ha garanties

per exercir un periodisme lliure. És l’Estat qui ens ataca i ens desacredita per evitar que es conegui la corrupció que hi ha entre el crim organitzat i el Govern”, assegura. Ella va ser l’única reportera que va cobrir els

esdeveniments en què van desaparèixer els quaranta-tres joves normalistes d’Ayotzínapa. “Per a nosaltres és un perill treballar i sento por, però també és l’única manera de garantir que hi hagi democràcia, que les injustícies surtin a la llum i que es posi en evidència la corrupció”, afegeix.

D’això, també en parla la periodista mexicana Marcela Turati. “L’assassinat de periodistes és un intent de silenciar la premsa i una manera

de censurar”, afirma. I destaca que, a més dels assassinats, també hi ha vint-i-cinc periodistes desapareguts des del 2003 i nombrosos casos de tortures, agressions físiques, imputacions falses, exilis i espionatge. “A Mèxic, els periodistes ens hem convertit en corresponsals de guerra. Qualsevol nota pot ser causa d’amenaça i assassinat a zones on hi ha una disputa per controlar la informació”, alerta.

Per a Turati, la situació és preocupant perquè els periodistes transiten a cegues per un terreny minat, on en molts casos hi ha una simbiosi entre el crim organitzat i la corrupció política. Un entramat complex en què els professionals de la informació resulten incòmodes. “En aquest embull sabem que els funcionaris són part dels càrtels, que també són part de l’Estat. La meitat de les amenaces i agressions a peri-

ACOLLITS, PERÒ LLUNY DE CASA

Barcelona compta, des del 2017, amb un programa de protecció i acollida temporal de periodistes mexicans per a sis mesos, impulsat per l'Ajuntament i gestionat per la Taula per Mèxic. En aquests cinc anys, han passat quinze professionals per la ciutat. Un d'ells va ser Nativitat Ambrocio, després de ser amenaçada i assetjada mentre realitzava la cobertura de l'assassinat dels joves normalistes i de viure l'atac al seu diari, *Diario de Iguala*, en el qual va morir un company i el policia que l'escortava. Per a Ambrocio, el somni és que s'acabi la violència.

Des del gener passat, hi són Paulina Ríos i Mariana Morales, periodistes acollides pel programa barceloní. Ríos, originària d'Oaxaca, és periodista des de fa més de trenta anys. Encara

BARCELONA COMPTA, DES DEL 2017, AMB UN PROGRAMA DE PROTECCIÓ I ACOLLIDA TEMPORAL PER A PERIODISTES MEXICANS

li costa acostumar-se al clima, al menjar i a l'absència de la família. Però el que li fa més mal de ser lluny és saber dels assassinats dels companys de professió. "Si maten un periodista, silencien la societat. No ens podem quedar callades. Què cal fer si ens continuen matant? Què fem com a societat? En què hem fallat perquè la societat no alci la veu també?", es lamenta. Per a Ríos, ser periodista a Mèxic és de valents. Ha estat amenaçada, linxada a les xarxes socials, desprestigiada. Actes que ha anat normalitzant al llarg dels anys com a inherents a l'ofici. Una professió que et posa en

li costa acostumar-se al clima, al menjar i a l'absència de la família. Però el que li fa més mal de ser lluny és

el punt de mira si denúncies la corrupció, la narcoviolència o qualsevol tema que no agrada a qui té poder i influència.

El grup de treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes va organitzar, el febrer passat, un esmorzar obert amb Ríos i Morales. Va ser una manera de conèixer-les i tenir més dades sobre el que està passant a Mèxic per poder solidaritzar-se amb la seva situació. "Em va semblar interessant que els periodistes d'aquí vulguin conèixer les condicions de treball al meu país, que veiessin que malgrat tot continuem fent un periodisme crític i proper a la gent. Cal que la comunitat internacional sàpiga què està passant de la veu dels que ho estem comunicant i continuar teixint xarxes, que ajuden molt", diu Morales. Durant els sis mesos a la ciutat, els periodistes mexicans tenen els mateixos drets que si fossin col·legiats.



Paulina Ríos va participar en un esmorzar informatiu al Col·legi de Periodistes. Foto: Marta Saiz

odistes les cometen funcionaris públics. I tot amb una impunitat absoluta. Assassinar un periodista a Mèxic surt molt barat”.

"ENS HEM CONVERTIT EN CORRESPONSALS DE GUERRA. QUALSEVOL NOTA POT SER CAUSA D'AMENAÇA I ASSASSINAT" Marcela Turati

Daniel Lizárraga és un altre dels periodistes d'investigació més reconeguts del país. Els seus treballs van destapar el cas de corrupció de l'expresident Peña Nieto.

També és soci a Mèxic del Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació, on es van coordinar projectes com el dels Panama Papers i, actualment, és editor general d'*El Faro* a El Salvador. Lizárraga es mou sempre en sorramolls. "A Mèxic hi ha dos tipus de

violència contra periodistes. La més greu és la de les zones del país on els poders de la delinqüència organitzada estan molt arrelats i te'ls pots trobar en qualsevol

nota periodística. La segona, a Ciutat de Mèxic, és un altre tipus de violència. Et poden infectar el telèfon amb el virus Pegasus, fer auditories des d'hisenda o bloquejar-te les fonts", explica.

SOLIDARITAT GREMIAL

En aquest clima d'adversitats i davant la vulnerabilitat de molts periodistes, el periodisme mexicà té encara algunes fortaleses. La principal és la unió de la professió enfront de les amenaces i els assassinats. Hi ha una gran constel·lació de

10
ANYS DE
CASA
MASÓ
2012-2022

www.rafaelmaso.org





Al març diferents periodistes es van manifestar a Ciutat de Mèxic davant de la violència contra els seus col·legues. Foto: Keith Dannemiller / Alamy

col·lectius de periodistes que s'articulen en casos d'emergència i que supleixen moltes vegades la feina de l'Estat, com quan han hagut de treure algú del país. Hi ha hagut iniciatives de tota mena, com la de fotògrafs i caricaturistes que donen les obres a subhasta, projectes de suport a periodistes desplaçats, festivals per la memòria i la justícia dels assassinats o treballs col·laboratius, que no se signen.

Turati, especialitzada en la cobertura de les víctimes de la violència de la guerra contra el narcotràfic, coneix també de prop les angoixes que viuen els periodistes a les "zones de silenci", especialment a

HI HA UNA GRAN CONSTEL·LACIÓ DE COL·LECTIUS DE PERIODISTES QUE S'ARTICULEN EN CASOS D'EMERGÈNCIA

través de l'organització Quinto Elemento Lab, de la qual és coordinadora. Es tracta d'un projecte que, entre altres coses, busca acompanyar, finançar i difondre investigacions de periodistes que viuen

als llocs silencisats. "Una inquietud dels companys d'allà és la precarietat laboral. Hi ha mitjans que paguen cent pesos per una fotografia a Ciudad Juárez. No són ni cinc euros".

PROTECCIÓ INEFICAÇ

Segons el Comitè per a la Protecció de Periodistes (CPI), ja hi ha almenys 144 reporters que han mort violentament des del 1992. Després de tretze anys cobrint l'actualitat llatinoamericana per a mitjans europeus i nord-americans, Jan-Albert Hootsen és, des del 2016, el representant a Mèxic d'aquesta organització que treballa per a garantir que els periodistes en situació de risc puguin fer la seva tasca sense por de represàlies. "L'assassinat de periodistes és la conseqüència

tràgica de molts anys de negligència per part dels diferents governs. I és important visibilitzar-ho, perquè quan un crim queda impune i invisible, cau en l'oblit i la societat ho normalitza", afirma.

Segons Hootsen, la llibertat d'expressió i l'exercici del periodisme estan en risc a Mèxic. "Les 'zones de silenci' estan augmentant i fer un periodisme convencional independent allà ja és gairebé impossible, perquè els periodistes treballen també amb males condicions laborals i molta pressió. Perilla el dret fonamental a la informació, ja que cada cop desapareixen més mitjans de comunicació en detriment de la democràcia", afegeix.

A Mèxic, existeixen alguns mecanismes governamentals de protecció a periodistes molt qüestionats per la manca de recursos i la mala coordinació. "Els governs no inverteixen prou ni tenen personal capacitat per atendre casos d'emergència. El mecanisme federal està molt centrat a Ciutat de Mèxic. La resta és com si no existissin", admet Hootsen. Una de les mesures de protecció és atorgar als periodistes amenaçats un "botó del pànic", que consideren del tot insuficient. Un botó, afirma Lizárraga, que només serveix per localitzar on està el cos de la persona. "Si el tens, el pots prémer, ara bé, si tens la pistola al davant, quan arribi la policia ja seràs mort", es lamenta. Ç



El Saló de Plens de la Diputació de Lleida va acollir el divendres, 29 d'abril, l'acte de lliurament dels guardons del 32è Premi "Pica d'Estats" de Premsa, Ràdio, Televisió i Internet. El certamen periodístic recupera en aquesta edició la seva normalitat després de quedar ajornada la convocatòria l'any 2020 a causa de la COVID-19 i celebrar-se de forma temàtica el lliurament de la 31a edició. El president de la corporació, Joan Talarn, acompanyat de la vicepresidenta del Patronat de Turisme, Rosa Pujol, i del president del Col·legi de Periodistes de Catalunya a la demarcació de Lleida en el moment de la reunió del jurat el 5 de febrer, Rafa Gimena, van presidir el lliurament dels guardons. A l'edició d'enguany es van repartir vuit premis, entre ells el Premi Especial del "Pica d'Estats" dedicat al periodista Antonio Franco Estadella, traspasat el setembre del 2021 i membre del jurat des de l'any 1997. Tant el president de la Diputació de Lleida, Joan Talarn, com la vicepresidenta del Patronat de Turisme, Rosa Pujol, entre altres persones que van intervenir a l'acte van tenir unes emotives paraules de record i d'agraïment a la figura de l'insigne periodista.

RELACIÓ DE PREMIATS

Premi Especial Antonio Franco Estadella a la categoria de Fotografia pel reportatge d'Edgar Aldana Anton "La tardor s'acomiada/ colors de tardor", publicat al suplement *Lectura* del diari Segre. (Dotat amb 10.000 €)

Premsa escrita d'informació general: "Los Pirineos atraen Nuevos pobladores en tiempos de Covid", escrit per Rosa M. Bosch Capdevila i publicat al suplement *Vivir Verano* de *La Vanguardia*. (Dotat amb 5.000 €)

Premsa especialitzada en viatges i turisme: "La Vall de Boí. Romànic puro en el Pirineo", un reportatge d'Elena del Amo Valero, amb fotografies de Lluís Sánchez Davilla, publicat a la revista *Viajar*. (Dotat amb 5.000 €)

Televisió per al reportatge "Les bruixes porten dol", elaborat per Anna Solana Tomàs i Pilar Granero Garrido i emès per *TVE Catalunya*. (Dotat amb 5.000 €)

Ràdio per al reportatge "Parque Nacional de Aigüestortes i Estany de Sant Maurici. Turismo de Altura", un treball de José Lorenzo Díaz emès per la *Cadena SER Jaén*. (Dotat amb 5.000 €)

Premsa internacional per al reportatge "L'Urgell", escrit per Marie Costa i publicat a la revista *Cap Catalogne*. (Dotat amb 5.000 €)

Internet per al vídeo "Superjardins" de Damià Chacón Albà, centrat en la floració dels fruiters del Baix Segre lleidatà. (Dotat amb 5.000 €)

Mitjans de comunicació local de les Terres de Lleida per al programa "EM ÇÒ QU'EM" de *Lleida TV*, una sèrie d'espais en aranès produïts per Òscar Fernández Sánchez i desenvolupats per la productora *Kionalia Project*, integrada per Berta Lacruz, Òscar Manyoses, Àlex Vinyals i Marc Miranda. (Dotat amb 5.000 €)



El jurat de la trenta-dosena edició del Premi Turístic Internacional "Pica d'Estats" reunit a la ciutat de Lleida el 5 de febrer de 2022 ha estat format per destacats professionals del món de la comunicació. Han format el jurat el degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya, **Joan Maria Morros**, que ha presidit el jurat, i han actuat com a vocals els/les periodistes **Lourdes Ballarín**, **Francesc Canosa**, **Santiago Costa**, **Josep Cuní**, **Pepa Fernández**, **Lluís Foix**, **Francesc Guillaumet**, **Mariano Palacín**, **Mònica Terribas** i **Rafa Gimena**, president a la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Ha exercit de secretari del jurat el cap de Promoció i Màrqueting del Patronat de Turisme, **Juli Alegre**.



CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

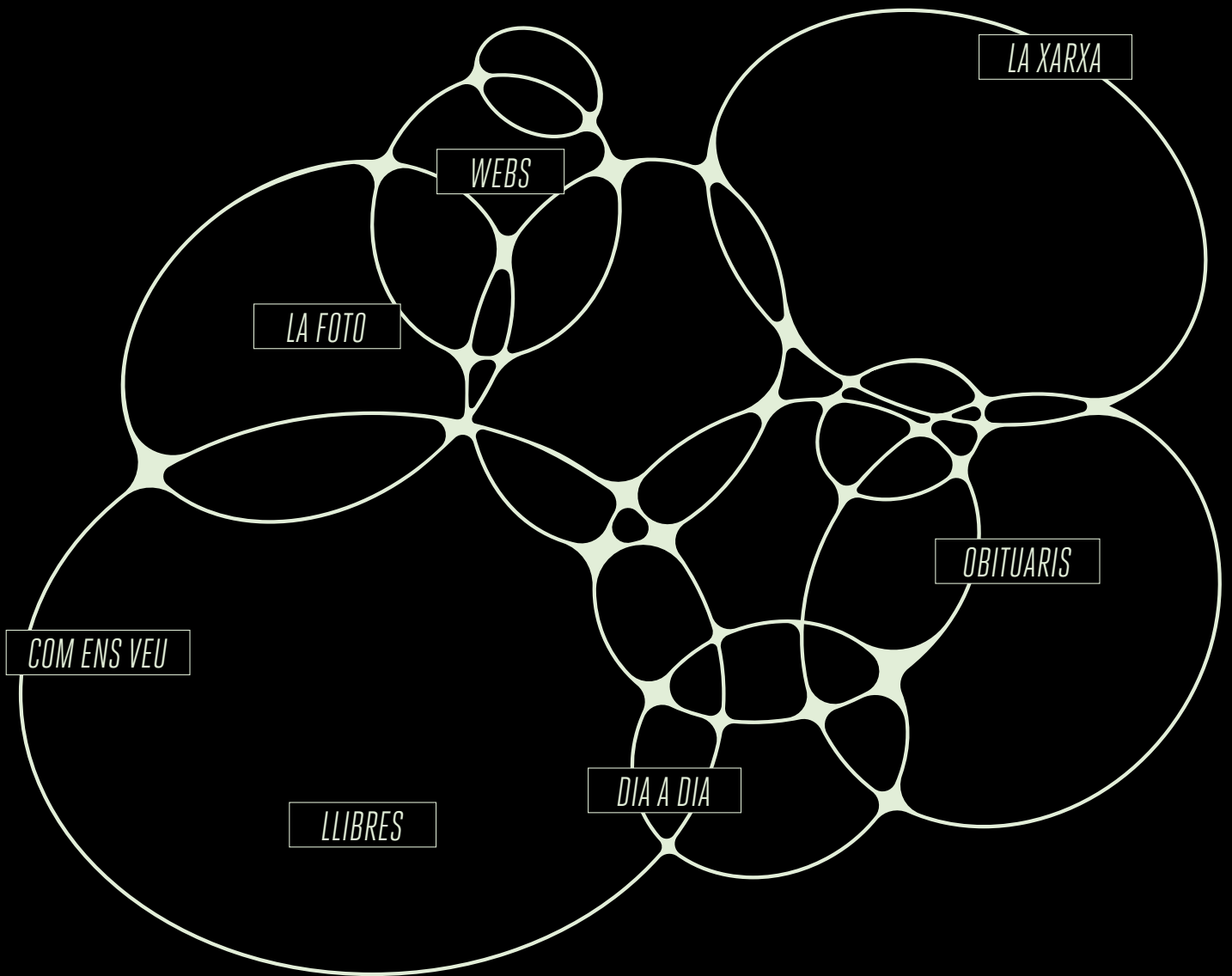
Realitzem cursos en diferents formats que tracten les habilitats professionals i l'emprenedoria, el periodisme digital, la comunicació corporativa i les tècniques de periodisme i comunicació

- » Claus per elaborar un pla de negoci d'un mitjà digital
- » Programa intensiu d'estratègia en xarxes socials. Segona Part
- » Els Patrocinis com eina transversal de comunicació
- » Periodisme gastronòmic
- » Millora la gestió de subscriptors a Mailchimp
- » Webinar: Eines, apps i plugins per a periodistes
- » Narratives multimèdia: com crear continguts innovadors
- » Claus per a la redacció digital i de marca
- » Webinar metavers i comunicació, reptes i oportunitats
- » Taller de perfeccionament de locució de productes audiovisuals
- » Elaboració d'un pla de comunicació
- » Crea i edita vídeos amb el mòbil. Nivell avançat
- » Introducció a l'anàlisi web
- » Taller d'introducció al Wordpress
- » Introducció al Protocol per a comunicadors
- » Crea les millors presentacions en entorns visuals
- » Workshop de networking i empenedoria per a periodistes
- » Webinar Transparència real: comunicació i bona governança
- » Edita vídeos professionals amb el mòbil
- » Webinar: Utilitza Canva de forma professional
- » Construeix anuncis a Google, Facebook i Instagram
- » Aprèn a crear apps
- » Edició de Gènere
- » Com preparar una nota de premsa i tenir presència als mitjans
- » Introducció a la responsabilitat social i la sostenibilitat
- » Storytelling: El nou gènere de la comunicació persuasiva
- » Webinar: Com gestionar les crisis en xarxes socials
- » Introducció al Periodisme de Solucions
- » Tècniques de negociació i lideratge
- » Xarxes socials per a docents i centres educatius
- » Tècniques i claus de l'entrevista
- » Fotografia amb el mòbil: millora i retoca les teves creacions!
- » Resolució de conflictes
- » Eines Google
- » Plans d'igualtat
- » Gestió de l'estrès
- » Aprèn a editar infografies i mapes interactius
- » Instagram, reforça el disseny del teu perfil i coneix les noves funcionalitats
- » Com generar ingressos per al teu mitjà digital
- » Reptes i oportunitats de l'automatització de notícies
- » Whatsapp business i Tiktok: dues xarxes socials destacades per a la teva estratègia
- » Propietat Intel·lectual i protecció dels drets d'autor



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



UNA VISIÓ RUSSA, DES DE FORA DE RÚSSIA

www.meduza.io/en/

www.instagram.com/meduza_en/

Aquesta publicació, creada a Riga (Letònia) per periodistes russos exiliats, s'ha convertit després de la invasió d'Ucraïna i de la censura informativa a Rússia, en una important font de notícies sobre què està passant dins del país governat per Putin. Part de les informacions les comunica amb podcasts i via Instagram.



EL CASCAVELL I EL GAT

www.bellingcat.com/

Bellingcat, nom que fa referència a la frase sobre qui li posa el cascavell al gat, és una publicació independent que analitza fets internacionals. Ara centra bona part dels esforços a destapar crims de guerra a Ucraïna. Creada pel periodista Eliot Higgins, en els darrers anys, ha tractat temes com la destrucció d'un avió de Malaysia Airlines, l'any 2014, en el marc de les tensions entre Rússia i Ucraïna. En aquell incident van morir 298 persones.

FETS I MENTIDES DE LA GUERRA

www.maldita.es/malditobulo/20220226/ukraine-facts-ucrania-base-datos-bulos/

#UkraineFacts, desenvolupada per *Maldita.es*, és una base de dades mundial i col·laborativa que lluita contra les notícies enganyoses de la guerra a Ucraïna. S'hi poden veure a quins països s'ha detectat cada desinformació i accedir als desmentiments de les diferents organitzacions de verificació.

SENSE POLÍTICA, NI SUCCESSOS

www.6amcity.com/

El model de 6AM City, que abasta una vintena de poblacions nord-americanes i que té més d'un milió de subscriptors, es basa en butlletins informatius que transmet via correu electrònic. Els continguts, que no tenen informacions polítiques ni sobre successos, combinen informacions locals d'actualitat i recomanacions del dia a dia.

UN MILIÓ DE SUBSCRIPTORES DIGITALS DE PAGAMENT

www.aboutus.ft.com/press_release/one-million-digital-subscribers

Financial Times ha aconseguit el milió de subscriptors digitals de pagament, "un moment històric significatiu en la transformació digital", diuen des del diari. La meitat dels subscriptors són de fora del Regne Unit. El diari, especialitzat en economia i negocis, va ser creat a Londres l'any 1888.



Foto: FT

BLOGS DE PERIODISTES SOBRE PERIODISME

www.journalism.co.uk/skills/50-blogs-by-journalists-for-journalists/s7/a551846/

Si us interessen els blogs de periodistes sobre les diferents facetes de la professió, ja siguin les innovacions tecnològiques, la feina quotidiana o les visions acadèmiques, aquí teniu un llistat de publicacions internacionals. L'ha recopilat *Journalism.co.uk*.

EINA CONTRA L'ASSETJAMENT

www.github.com/conversationai/harassment-manager

Google Jigsaw ha publicat, en codi obert, una eina contra l'assetjament orientada als periodistes que permet gestionar comentaris abusius a les xarxes socials. Es diu *Harassment Manager* i la primera versió adaptada i funcional la tindran els periodistes de la Thomson Reuters Foundation.

PLURALISME EN PERILL

www.unesco.org/ark:/48223/pf0000379826_spa

En aquest document de vint-i-dues pàgines, la Unesco adverteix que el pluralisme i la independència dels mitjans de comunicació estan en perill pel deteriorament dels models empresarials, que fa que les redaccions siguin més vulnerables a les pressions externes i dels propietaris i executius de les publicacions.

REFENT HISTÒRIES

www.archiveroexpedientes.com/

A Mèxic, on el periodisme viu assetjat, Laura Sánchez Ley i Dardo Neubauer han creat aquest lloc que publica documents oficials desclassificats o de difícil accés amb la voluntat d'explicar i entendre millor alguns fets de la història recent d'aquell país.

POLICIES CONTRA PERIODISTES

www.media.cat/2022/02/22/policies-contra-periodistes/

Els incidents contra periodistes protagonitzats per cossos policials s'han intensificat en els darrers anys. Aquest informe de *Mèdia.cat* analitza les agressions, els entrebancs i les sancions contra periodistes per part de cossos policials recopilats els anys 2020 i 2021 al Mapa de la Censura als Països Catalans.

LA INCÒGNITA DEL METAVERS

Els mitjans parlen molt de l'univers que proposa la realitat virtual, però poc sobre les seves repercussions en l'escenari informatiu



El metavers, com un món virtual tridimensional on milions de ciutadans viuran una segona realitat

Una realitat paral·lela. Un Mega-Internet amb sensacions. La vida virtual en un entorn de videojoc. Un món digital, tridimensional, immersiu, on escollirem una personalitat i interactuarem sense moltes de les limitacions físiques de la realitat. Més o menys això ens diuen a la premsa que serà el metavers.

El metavers està de moda. I així ho confirma l'allau d'informacions sobre el tema que es publiquen arreu del món: en el darrer any, el terme anglès *metaverse* ha generat a Google uns 150 milions de noves referències... El cas és interessant per això i per una paradoxa: el poc que els mateixos mitjans parlen del futur de la informació en aquest entorn.

Part de l'interès informatiu està avalat per una sèrie de fets rellevants. El canvi de nom de Facebook a Meta, les inversions milionàries que hi preveu la companyia i les declaracions messiàniques del fundador, Mark Zuckerberg. També coneixem les adquisicions estratègiques d'altres gegants com Microsoft, Google, Apple o Disney. I el funcionament de Decentraland, The Sandbox i Robox, alguns embrions del futur metavers.

Els referents culturals —la novel·la *Snow Crash* i la novel·la/pel·lícula, *Ready Player One*— així com els recordatoris de Second Life, una proposta de fa

anys que va arribar massa aviat, són altres estrelles mediàtiques del fenomen. I també els elements tecnològics vinculats al metavers: ulleres i sensors de realitat virtual, narratives visuals en 360 graus, realitat augmentada, NFT, web3, *blockchain*, avatars, criptomonedes, etcètera.

A tot això se li afegixen molts detalls sobre el tema: estudis, prospectives, projectes, ofertes d'objectes, cases i terrenys virtuals, possibilitats d'utilització per a persones, empreses i organitzacions, volum de negocis, previsions milionàries d'usuaris, etcètera, etcètera.

Un breu resum de la situació pot ser aquest: el metavers necessitarà uns deu anys per tenir una certa implantació, en algun moment futur serà utilitzat per milions de persones i generarà moltes activitats i un gran negoci per a algunes companyies. Vist des d'avui, hi ha força *hype* i màrqueting al seu voltant. I les possibilitats i incògnites que planteja són infinites.

Per sort, les aproximacions i opinions a la premsa són diverses. Alguns el veuen com la nova frontera tecnològica o com un lloc obert al progrés i a la llibertat. D'altres el tenen per una proposta incòmode. I, a vegades, es percep com un deliri futurista o una crida a l'evasió de la realitat i dels grans reptes que té plantejada la civilització.

La diversitat és bona perquè ens ajuda a situar-nos davant d'un fenomen difícil d'entendre i de valorar.

SENSE IDEES CLARES

I, dit això, cal destacar que malgrat el ressò i el debat mediàtic, de moment hi ha poques referències a com el metavers afectarà els mitjans. És molt més fàcil trobar articles sobre el futur de les relacions, les compres, la moda o la urbanització del nou entorn, que aproximacions a com hi conviurà la informació.

La paradoxa segurament s'explica perquè la premsa ja té molts problemes ara en el món real i el metavers és un futurible, si bé no deixa de ser un detall curiós. I ja que tenim temps per davant, sembla oportú plantejar-se algunes preguntes bàsiques.

Per exemple, quina presència i rol tindran els mitjans en el metavers? De què informaran? Parlaran només de les coses que hi passin o tractaran també el món real? A qui es dirigiran ja que, probablement, molts usuaris faran servir una personalitat fantasiosa i rebutjaran els temes i els enfocaments habituals? Serà un lloc on s'esborrin, encara més, les fronteres entre realitat i ficció? Serà un espai valuós informativament o un niu de *postveritats*, *fake news* i versions alternatives?

Agradi més o menys, la proposta del metavers és molt potent. I surt de l'evolució de fenòmens, tecnologies i tendències econòmiques i culturals, que ja existeixen. Per tant, encara que ara mateix pugui estar sobredimensionat, és raonable pensar que d'alguna manera acabarà sent realitat en el futur. Ja veurem com i quan, però si el metavers arriba, serà recomanable que el món de la comunicació social tingui algunes idees clares al respecte.

Fa uns mesos, el *Wall Street Journal* va publicar un article en què comentava l'excitació i la confusió del públic sobre el metavers i recomanava als inversors que se'l mirassin amb atenció, encara que no entenguessin què és. Una proposta irònica i digna d'un manual de màrqueting, encara que no sembla un mal consell d'ús general.

ENLLAÇOS:

www.bit.ly/3klBHfu
www.bit.ly/3rW3Q0M
www.bit.ly/3vosKIQ
www.bit.ly/37NXctb
www.bit.ly/37TC6Df



PREMSA COMARCAL. LA MEMÒRIA DE LA VIDA QUOTIDIANA DE CATALUNYA

Lluís Costa | ACPC, 2021 | 250 pàgines

A la primavera de 1981, a Banyamars (Dosrius), tenia lloc el primer Congrés de Premsa Comarcal i d'aquí sorgiria l'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC). L'autor, doctor en Història i professor titular de la Universitat de Girona, ha recollit els quaranta anys de la memòria de la quotidianitat del país en aquest exhaustiu dossier en què tracta tots i cadascun dels aspectes de la premsa comarcal: des de l'origen —passant per la foscor de la dictadura— al futur engrescador de la premsa de proximitat, la transformació tecnològica i la digitalització de la comunicació local, la situació professional del periodista comarcal, la normalització de la llengua catalana, les estratègies per assolir el reconeixement, l'estabilitat i el suport institucional, la participació ciutadana i la complicitat veïnal, la cultura i la identitat com a segells de la premsa comarcal, el model de negoci i el paper de *la publicitat*... A més, Lluís Costa ha estudiat noranta-dues capçaleres —de les 148 publicacions associades a l'ACPC— mitjançant l'anàlisi de continguts, l'estudi de les capçaleres i de les entrevistes en profunditat als responsables de les publicacions. Tot un homenatge, doncs, als que han cregut en la premsa local i comarcal i han fet possible que tingui un futur esperançador.



LA CAÍDA DE BAGDAD

Jon Lee Anderson | Ed. Anagrama, 2021 | 552 pàgines

Una veritable obra mestra del periodisme literari i de les cròniques de guerra, que ens recorda el mestratge de Ryszard Kapuscinski. Jon Lee Anderson havia aterrat per primera vegada a Bagdad l'any 2000 per “presenciar *in situ* la tirania del règim de Saddam Hussein i esbrinar per què durava tant”, segons reconeix l'autor. Un parell d'anys després, seria testimoni de la invasió de l'Iraq per les tropes nord-americanes i l'enfonsament del règim de Saddam, que donaria lloc a la destrucció d'un país. El llibre, una reedició prologada per la periodista Carol Pires, és la crònica d'aquella invasió i del que va succeir durant l'any posterior a partir de les converses, reflexions i experiències d'un grapat d'iraquians amb qui el periodista va mantenir estretes relacions a Bagdad. Així doncs, no trobarem dels bèl·lics, sinó les paraules i les angoixes del xofer Sabah, del barber Karim, del doctor Jawad, del cirurgià Osama Saleh o del metge personal i amic de Saddam Hussein, Ala Bashir. Un retrat impecable de la quotidianitat d'un país devastat vist per aquells que pateixen la traumàtica i sagnant realitat.



ELS QUE MANEN

Pep Martí i Miquel Macià | Saldonar, 2022 | 648 pàgines

“Som uns quatre-cents i sempre som els mateixos”. La frase lapidària, recollida pels autors, és de Fèlix Millet i condensa l'arrogància de les famílies que manen i han manat aquest país. Pep Martí i Miquel Macià han elaborat un prodigiós retrat de les cinquanta famílies —no hi són totes, però— que han determinat el passat, l'actualitat i, probablement, els esdeveniments futurs de Catalunya. Un recorregut pels orígens de les nissagues familiars —els Cambó, els Güell, els Godó, els Puig, els Vidal-Quadras, els Carulla...— i una aproximació a figures com Isidre Fainé, Jaume Roures, Josep Olliu, Isak Andic o Emili Cuatrecasas, entre altres, que ens endinsen en els imperis econòmics que han bastit, o preservat, així com els triplics corresponents per consolidar-ne l'hegemonia. Un poder a l'ombra que no entén d'escrutinis. Cal destacar les pulsions, maniobres i actituds dels clans davant de circumstàncies determinants com la Guerra Civil, la dictadura, les crisis econòmiques, el pujolisme o el Procés. Un llibre per entendre el paper —ostentós de vegades, discret en altres— de les “forces vives”.

ALLÒ QUE NO DIU LA VANGUARDIA

J.V. Foix
Edicions 62, 2022
118 pàgines



Aquest no és un llibre fàcilment classificable entre la dilatada producció del poeta de Sarrià. No es pot arrellegar en els prestatges de la poesia, ni en els reculls de memòria, ni en els de l'assaig. Està estructurat en tres parts. La primera és “Noves de darrera hora”, inicialment sense pretensions i

adreçat als amics de “vacances i vagareig estival” del Port de la Selva durant els anys seixanta. Les altres són “Telegrams” i “Fets diversos”, aquests, recuperats per l'autor des dels llunyans temps de *La Publicitat*, on col·laborava. Escrits, tots ells, impregnats de la dèria pròpia de l'autor del “periodisme poètic”: cròniques i despatxos d'agència enviats des de ciutats diverses que podrien haver succeït, però que mai van succeir.

PRENSA FEMENINA: ¿HERRAMIENTA DEL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES?

Marta Orsini
Editorial uoc, 2021
122 pàgines



Es percep l'anomenada *premsa femenina* com a bastió dels valors socials tradicionals —reaccionaris fins i tot— i del consumisme desafortat. Marta Orsini, doctora en Comunicació i Gènera per la UAB, refereix un rept “revolucionari” en aquest estudi exhaustiu: demostrar que la desprestigiada premsa femenina contribueix de manera fonamental a l'empoderament de les dones. L'objectiu, segons l'autora, no és altre que aquestes publicacions, tot i que qüestionables, siguin conscients i que “realment actuïn com a eines per la igualtat de gènere, desenvolupant estratègies envers aquest objectiu”. Per exemple, incrementant la presència de categories com autocures, formació i trajectòria professional, participació social, accés a recursos econòmics... Una mirada trencadora a la tan menyspreada premsa femenina.

TOTS ELS COLORS DEL NEGRE

Jordi Borràs

Ara Llibres, 2022

500 pàgines



Una ullada panoràmica –i ideològica– sobre l'Europa d'avui provoca frisança. Les nostàlgies feixistes han deixat de ser un núvol per aterrar als carrers i als parlaments i en massa països proliferen les exaltacions obertament nazis –amb parafernàlia Waffen SS inclosa–, el supremacisme rampant o els cada

cop més escos que blanquegen sense escrúpols el passat immediat de l'Europa funesta. El llibre del fotoperiodista Jordi Borràs és un document indispensable, minuciós i valent sobre l'auge de l'extrema dreta a Catalunya i arreu d'Europa que ens alerta –avis als navegants– sobre el que ens cau al damunt. Sorgeixen els interrogants i el mateix autor menciona la cèlebre cita de Gramsci del món vell que mor i del nou que no acaba de néixer. I en aquest interregne, els monstres. Vet aquí.



LA CIUTAT SENSE VEÏNS

Andreu Merino

Saldonar, 2021

173 pàgines



Si hi ha uns índexs que revelen l'equitat i l'harmonia d'una societat són aquells vinculats al dret a l'habitatge, recollit –tot sigui dit– a la Declaració Universal dels Drets Humans. Així, els desnonaments, l'especulació sistèmica, la concentració de la propietat, les creixents dificultats per l'accés a l'habitatge, la

gentrificació, la connivència del sistema judicial amb els grans propietaris o la inacció administrativa amb l'habitatge públic només evidencien una societat malaltissa. La nostra. L'autor coneix la problemàtica a fons i en aquest llibre ens aporta testimonis, xifres, dades, lleis, normatives i responsabilitats que tracen una panoràmica necessària i força fonamentada d'una violència estructural que amenaça milers i milers de famílies: l'especulació immobiliària.



EL VIEJO PERIODISTA

José Luis Córdoba

Editorial DO, 2021

287 pàgines



“El periodismo ha muerto”. Així comença el llibre un dimecres 12 de febrer de 1986. Setze dies i 287 pàgines després acaba: és la durada del diari sensacionalista *ABB*, potser el projecte més esbojarrat de la història de la premsa d'aquest país. L'autor, que havia estat redactor del diari, barreja les

experiències personals, la realitat i la ficció per reflexionar sobre un ofici que ja aleshores es consumia, utilitzant com a fil conductor la brevíssima existència de l'*ABB*. En setze dies, doncs, l'autor té temps per narrar la crisi de la premsa –entre 1979 i 1985 van tancar onze del quinze diaris de Barcelona– o la precarietat dels veterans amb els canvis tecnològics –de la linotípia a l'offset–, condimentat tot plegat amb investigacions sobre la secta Moon o la Banda de Roma, protagonistes del robatori al Banco Hispanoamericano l'any 1985.



HELIX

Edició facsimil

Edicions i Propostes Culturals Andana, SL, 2021



El 1929, naixia a Vilafranca del Penedès un dels projectes culturals avantgardistes més notables de l'època que introduiria la fe surrealista i la passió pel cinema –una constant de les avantguardes culturals de llavors– a Catalunya. Juan Ramon Masoliver, promotor i, posteriorment, falangista, definiria la revista com “una lluita contra el provincianisme: l'Orfeó Català, la sardana, la barretina, les quatre barres i el flabiol, és a dir, la Catalunya provinciana”. En aquesta edició facsimil, hi trobem articles de Tagore, Breton, Zweig, Giménez-Caballero i un manifest surrealista de Dalí. També hi ha reproduccions de Miró, Manolo i Planelles, a més de diverses notes sobre el cinema, com la de la pel·lícula *Un chien andalou* de Buñuel.



EL BATEC DE L'ÈPOCA

Antoni Isarc

Publicacions URV, 2021

182 pàgines



Domènec Guansé, de formació autodidacta, ha estat un periodista, novel·lista i traductor taragoní injustament oblidat. Els articles polítics i d'actualitat publicats al *Diari de Tarragona* i als setmanaris *La Nau* i *La Rambla* són un portent de modernitat i de coherència ideològica amb els valors republi-

cans i el catalanisme. La monografia recull aquesta faceta, que se situa entre 1918 i 1936, abans de marxar a l'exili a Santiago de Xile en acabar la Guerra Civil, on va dirigir la revista *Germanor*. Ferm defensor de la cultura com a eix de la vida social, va ser un lluitador enèrgic contra les actituds retrògrades.



Tots els llibres d'aquesta secció es poden trobar al Centre de Documentació Montserrat Roig (<https://documentacio.periodistes.cat>) i estan disponibles en préstec per als col·legiats.





L'ADEU D'UN COMPANYY

El 5 de febrer, moria de càncer el fotoperiodista Jordi Rovirata. Va treballar a mitjans com *El País*, *La Vanguardia* i l'*ARA* i va formar part del grup de fotoperiodistes del Col·legi. Al funeral, el fotògraf Xavier Bertral va recordar que Rovirata sempre arribava el primer a la notícia "amb una expressió rígida pels nervis i un somriure en veure una cara amiga". En aquestes pàgines, el recordem publicant una de les seves fotos de Sarajevo durant la guerra de Bòsnia.

Jordi
Rovirata

— • LA FOTO • —

MAR FONTCUBERTA

El 24 de novembre, va morir Mar Fontcuberta Balaguer a setanta-cinc anys. Va col·laborar a *Tele/eXprés*, *Platino*, *Telva*, *Diagonal*, *Mundo* o *Gramma*. Doctora en Periodisme, el 1970, va començar a exercir de professora de Periodisme a la facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, on el 1983 es convertiria en degana. També va ser cofundadora del seu gabinet de comunicació i educació, a més de codirectora del màster en Comunicació i Educació. Posteriorment, es va instal·lar a Xile, on seria professora de la Universitat Pontifícia de Santiago.



ESTEVE MOLIST

Esteve Molist i Pol va morir a Barcelona el 9 de desembre a noranta-vuit anys. Nascut a Vic el 1923, també era advocat i escriptor. Fou el primer director del setmanari *Revista* i va exercir a *El Correo Catalán*, *la Hoja del Lunes* i al *Diario de Barcelona*, on seria sotsdirector gerent. També va portar la secretaria de l'Associació de la Premsa de Barcelona i va ser director general de *La Vanguardia*. Entre altres obres, va publicar *Discursos políticos de Demóstenes* (1955) i *Enciclopedia de la Mitología* (1966).



JORDI ROVIRALTA

El fotògraf Jordi Roviralta Alegria va morir el 5 de febrer a cinquanta-sis anys de càncer. Roviralta, que formava part del Grup de Fotoperiodistes del Col·legi de Periodistes, havia nascut el 1966 a Barcelona. Des de jove, va treballar en diferents mitjans de comunicació, com el *Diari de Barcelona*. El 1994, va cobrir la guerra de Bòsnia com a freelance i va treballar molts anys per a *El País*, *La Vanguardia* i l'ARA. Va retratar temes socials, d'esports i de política.



JORDI SOLER

El periodista, dibuixant i fotògraf Jordi Soler Font va morir el 15 de febrer a Girona a vuitanta-tres anys. Conegut com *Hèlios*, va publicar diàriament una tira còmica a *El Punt Avui* des de 1982. També era fotògraf i periodista. El 2000, va rebre la Mosca del Col·legi de la demarcació de Girona, que amb la Diputació de Girona van retre-li dos anys enrere un homenatge dins la Setmana dels Rahola.



Soler va ser un periodista amb diferents facetes. Foto: Jordi Soler

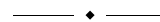


JOSÉ MARTÍ GÓMEZ

José Martí Gómez (Morella, 1937) va morir el 22 de febrer a vuitanta-quatre anys. Era un dels grans mestres del periodisme català i espanyol. Es va iniciar com a corrector al *Diari de Barcelona* i després treballaria al *Periódico Mediterráneo de Castellón* i al *El Correo Catalán*. Va col·laborar a *Por Favor* (fent tàndem amb Josep Ramoneda), *El País* o *La Vanguardia* i va participar en tertúlies de la SER. Autor de diversos llibres, el 2016, va publicar l'autobiografia *El oficio más hermoso del mundo*. Va rebre premis com el Manuel de Haro, el Memorial Francesc Candel, el Ciutat de Barcelona —dues vegades— i el Nacional de periodisme, a més del primer guardó Ofici de Periodista, del Col·legi de Periodistes, on havia estat vocal per la demarcació de Barcelona.



Martí Gómez en una imatge d'arxiu. Foto: Pedro Madueño / La Vanguardia



VALENTÍN POPESCU

El periodista Valentín Popescu Negreanu va morir el 9 de març a noranta anys. Havia nascut a Bucarest, però el 1944 la seva família es va exiliar a Barcelona. Va estudiar a l'Escola Oficial de Periodisme i va treballar a Madrid a mitjans com *El Caso*, *Sábado Gráfico* o l'agència EFE, fins que va tornar a Barcelona per incorporar-se a la secció d'Internacional de *La Vanguardia*, on va ser corresponçal a Alemanya durant vint-i-cinc anys, etapa durant la qual va destapar el cas Flick, escàndol de corrupció que va esquitxar el PSOE. Després, va ser cinc anys corresponçal al Regne Unit. Havia col·laborat a TVE, Antena 3, *El Correo Catalán*, *El Noticiero Universal*, el Grupo Noticias, la WDR de Nord-Westfàlia i la BBC. Després de jubilar-se va continuar col·laborant amb *La Vanguardia*.



MARTA MEMBRIVES

La periodista Marta Membrives i Bel va morir el 18 de març a cinquanta anys a Badalona. Va treballar a la *Revista de Badalona* i estava vinculada al *Punt Avui* des que va obrir l'edició local del Barcelonès. En aquest rotatiu havia estat responsable de la informació de diverses poblacions del sud del Maresme i del Barcelonès. En el moment del decés era redactora de temes vinculats al medi ambient, el trànsit i les infraestructures. Estava casada i tenia un fill.



Més informació:



LOCALITZAR CONTEXTUALITZAR DOCUMENTAR

El **Centre de Documentació Montserrat Roig** dona suport a la investigació periodística, la capacitat professional i la recerca històrica sobre el periodisme i la comunicació a Catalunya:

Més de **8.300 documents especialitzats**, en servei de consulta i préstec.

Més de **60 bibliografies** en línia per a la formació i el reciclatge professional.

Espai de treball tranquil i acollidor amb wifi i ordinadors.

Gestió de **llegats personals** de periodistes.

Repositori digital amb les publicacions, esdeveniments, etc. del Col·legi i del Consell de la Informació de Catalunya.

Accés obert en línia a les **col·leccions digitalitzades** del fons històric i editorial del Col·legi.

Atenció personalitzada, presencial i en línia.

Contacta'ns a documentacio@periodistes.cat
O bé presencialment (informa't abans dels horaris!) a la seu de Barcelona i de les demarcacions de Girona, Lleida, Terres de l'Ebre, Tarragona i Catalunya Central.



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**
CENTRE DE
DOCUMENTACIÓ
MONTSERRAT ROIG

GENER

3 de gener

TV3, LA MÉS VISTA. Per dotzè any consecutiu, TV3 és la cadena més vista pels catalans. La televisió pública catalana tanca el 2021 amb un 14% de quota de pantalla mitjana, sis dècimes per sota de l'any anterior. Aquests dotze anys suposen un nou rècord des que es tenen xifres d'audiència. Escurça distàncies Telecinco, que té un 12,4% de quota. En l'àmbit estatal, però, la cadena de Mediaset és la més vista, amb una quota mitjana d'un 15%, seguida per Antena 3, que amb un 13,8% li retalla dos punts respecte de l'any anterior.

4 de gener

MENYS TELEESPECTADORS. L'any 2021 tanca amb 6,5 milions d'espectadors televisius. Es tracta d'una xifra un 10,6% inferior a la de l'any anterior, que va estar marcat pel confinament domiciliari. També descendeix el temps de consum televisiu, ja que de mitjana cada persona va estar davant del televisor 206 minuts diaris, un 11,6% menys que el 2020. És la xifra més baixa des del 1993. Així ho assenya un informe de la consultora GECA, elaborat a través de dades de Kantar Media.

7 de gener

NEIX PIRINEUS DIGITAL. Les comarques alt pirinenques de la Cerdanya, l'Alta Ribagorça, l'Alt Urgell, el Pallars Jussà i el Pallars Sobirà ja tenen un mitjà de comunicació propi, *Pirineus Digital*. És un mitjà que forma part del grup Cadena Pirenaica i té l'objectiu d'explicar què passa en aquesta part de Catalunya, posant especial atenció a territoris propers com Andorra. Els impulsors destaquen que el nou digital vol ser una eina més al servei dels habitants de l'Alt Pirineu.

10 de gener

JULIA OTERO TORNA A ANTENA. La periodista Julia Otero torna al capdavant del programa *Julia en la onda* després de superar un càncer. Li van diagnosticar al febrer del 2021, i des d'aleshores s'ha estat tractant. La subdirectora del programa, Carmen Juan, s'havia fet càrrec de la conducció de l'espai. "Quan es trepitja l'infern s'aprèn ràpid a celebrar la vida, i això és el que la ràdio ha d'intentar cada tarda: celebrar la vida", diu Otero en directe.

CODINA, PRESIDENTA DE L'ACED. Beth Codina, presidenta del grup que edita *El 9 Nou*, és la nova presidenta de l'Associació Catalana d'Editors de Diaris (ACED). Marc Basté, del *Diari de Sabadell*, n'és el vicepresident. La presidència de l'ACED era un càrrec que fins ara s'intercanviaven els directors de *La Vanguardia* i *El Periódico*. En aquest sentit, Codina considera que el nomenament és un reconeixement al projecte d'*El 9 Nou*.



Foto: El 9 Nou

Beth Codina en una imatge d'arxiu

11 de gener

CANVIS A EL PERIÓDICO DE ESPAÑA. Gemma Robles assumeix la direcció d'*El Periódico de España*. Substitueix Fernando Garea, director des del llançament, el 12 d'octubre del 2021. Garea, en un fil de Twitter, destaca que el diari ha batut rècords d'audiència al web i que, en menys de tres mesos, han aconseguit "un nivell d'influència i de presència" en uns altres mitjans amb les notícies i reportatges "bastant notable". Robles destaca que dirigir *El Periódico de España* és "un honor i un desafiament ingent".



Foto: David Castro

Robles substitueix Garea.

12 de gener

TRAVES ALS PERIODISTES. El Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Sindicat de Periodistes de Catalunya i el Sindicat de la Imatge reclamen que es garanteixi la feina dels periodistes a l'hora de cobrir actes a la via pública, com ara desnonaments. Les tres agrupacions mantenen contactes amb els Mossos d'Esquadra per elaborar un protocol que permeti treballar els professionals de la informació sense impediments.

18 de gener

VETEN FÀTIMA LLAMBRICH. El Consell Professional d'Informatius de TV3 denuncia que Interior ha intentat vetar la periodista i col·legiada Fàtima Llambrich, de la televisió pública. Ho hauria fet en una trobada recent amb periodistes, en la qual es va explicar el relleu a la cúpula dels Mossos. El consell lamenta que des del Departament d'Interior haurien proposat que hi anés un altre periodista. Amb tot, critiquen que aquests fets són "un intent d'ingerència política" en els mitjans de comunicació.



Foto: Canal Terres de l'Ebre

Llambrich, vetada per Interior

EL CATALÀ A L'AUDIOVISUAL. *Media.cat* publica un informe que alerta que hi ha una falta de referents audiovisuals en català per als joves. L'estudi *Joves i ús del català: una radiografia del sector audiovisual*, constata que hi ha una desconexió entre el jovent i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). L'informe està elaborat pel periodista Èric Lluent i planteja estratègies per garantir la supervivència del català en l'àmbit de l'audiovisual.

20 de gener

ROBAVEN A LA PREMSA ESPORTIVA. Desarticulen una banda criminal dedicada a robar material fotogràfic i audiovisual a periodistes esportius. Agents del cos de la Policia Nacional detenen tres homes a Ponferrada acusats de ser els autors dels delictes de robatori amb força, furt i pertinença a organització criminal. Els tres ingressen a presó per ordre judicial. La banda actuava sobretot en partits de futbol i bàsquet de tot l'estat.

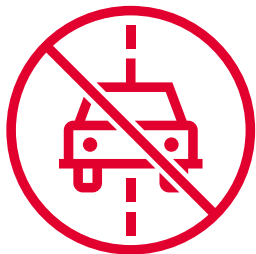
24 de gener

NIT DE LA COMUNICACIÓ EBRENCA. La demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes celebra la Nit de la Comunicació per a reconèixer la tasca dels periodistes i comunicadors ebrenca. Se celebra a l'Hotel Corona de Tortosa i és el marc escollit per lliurar el Premi Terres de l'Ebre de Periodisme, que arriba a la setena edició. El primer premi és per

A la calçada



**Respecta la velocitat
màxima de cada via.**



**No envaeixis els
carrils bici i bus.**



**Està prohibit l'ús
de mòbil auriculars.**

**Saltar-te la normativa comporta
sancions i posa en perill la convivència.
Transformem la ciutat en un espai
més segur.**

mobilitat.barcelona



**Ajuntament de
Barcelona**

a Santi Martorell pel reportatge fotogràfic *Tortosa davant del coronavirus*, publicat al diari *Aguaita*. També van ser homenajats el periodista Josep M. Arias, expresident de la demarcació de Tarragona i els comunicadors Maria Lluís, Conxita Panisello, Enric Mascarell, Carlos Pina i Joaquim Roglan. També hi va haver un reconeixement per a dos mitjans que estan d'aniversari, el setmanari *l'Ebre*, pels vint anys, i el portal *Vinaròs News*, pels vint-i-cinc anys.



Foto: Demarcació Ebre

Foto de família dels guardonats

CELEBRACIÓ DE SANT FRANCESC DE SALES. L'Arquebisbat de Barcelona celebra una missa a la parròquia de Sant Francesc de Sales, patró dels periodistes, en la qual es recorden els vint-i-un membres del Col·legi de Periodistes de Catalunya que han mort l'últim any. La cerimònia l'oficia monsenyor Javier Vilanova i Pellisa, bisbe auxiliar de Barcelona.

25 de gener

S'ENCAREIX EL PAPER. L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC) expressa "preocupació" per l'increment "desorbitat" del preu del paper, ja que, en un any, s'ha pujat un 70%. L'AMIC demana a la indústria del paper que "moderi" uns augments de preu que són "difficils" d'assumir per part dels mitjans de comunicació impresos. L'entitat recorda que aquesta pujada perjudica greument el sector, en especial la premsa gratuïta.

26 de gener

GARY LINEKER, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN. L'exfutbolista anglès Gary Lineker, exjugador del F.C. Barcelona, rep el Premi Internacional de Periodisme Vázquez Montalbán en la categoria de Premsa esportiva. Lineker va entrar en el món de la comunicació quan va penjar les botes, i ara lidera programes com *Gary Lineker's Golden Boots* o *Match of the Day*, de la BBC. El jurat valora la mirada irònica i crítica del futbol, així com la capacitat comunicativa.

PREMI D'INVESTIGACIÓ DESERT. El premi Josep Maria Planes d'investigació queda desert per a l'edició d'enguany. El jurat, format per noms com Teresa Carreras, Xavier Ginesta, Jordi Finestres o Vicenç Villatoro, entre altres, emplaça a l'organització del certamen a millorar els canals de captació de reportatges per tal de garantir una pluralitat més gran en la pròxima edició. També defensa la necessitat de mantenir viu el periodisme d'investigació en els mitjans de comunicació.

ECHAVARRÍA DEIXA MEDIASET. Alejandro Echevarría comunica que deixa el càrrec de president de Mediaset España. Ho farà a l'abril, quan conclouï el seu mandat. Echevarría, que ha estat vint-i-sis anys al capdavant del grup, passarà a ser-ne president d'honor. En un comunicat, Mediaset España destaca que Echevarría ha fet una "innegable" aportació al desenvolupament i al creixement del grup a l'estat.

FEBRER

1 de febrer

NETWORKING PER A PERIODISTES. El Col·legi de Periodistes acull una trobada entre catorze col·legiats per conèixer nous projectes i establir sinergies, trencar la tendència a treballar en solitari i aportar noves idees de negoci. La iniciativa està dirigida i dinamitzada per la periodista col·legiada Marta Hernández.

RODRÍGUEZ SUBSTITUEIX ALÍAS. Noel Rodríguez és el nou corresponsal de TV3 i Catalunya Ràdio a Rússia. Substitueix Manel Alías, qui va assumir el càrrec a principi del 2015. Rodríguez accedeix al càrrec després d'un procés intern de selecció. El nou corresponsal a Moscou es va incorporar a TV3 el 2005, on ha estat redactor de *Zona zàping* i editor d'Esport Club.



Foto: TVC

Rodríguez substitueix Alías.

3 de febrer

PREMI PER A LA IGUALTAT. El president de la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, Rafa Gimena, es reuneix amb la tinent d'alcalde de la Paeria de Lleida, Sandra Castro, per portar a terme l'acte d'obertura dels treballs que opten al 15è Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida. Hi opten un total de vint-i-tres treballs que fan palès les polítiques que fomenten la promoció de les dones en tots els àmbits de la societat.

4 de febrer

FERNANDO GAREA, A EL ESPAÑOL. El periodista Fernando Garea s'incorpora a *El Español* com a adjunt al director. Garea, que havia estat cessat com a director d'*El Periódico de España*, torna així a treballar amb Pedro J. Ramírez, després de ser redactor de *Diario 16* durant els anys vuitanta i formar part de l'equip fundador d'*El Mundo*, on va arribar a ser-ne redactor en cap, amb Ramírez com a director en els dos casos.

5 de febrer

EL GRAN CENTRE DE L'AUDIOVISUAL. El president de la Generalitat, Pere Aragonès, confirma que vol convertir les Tres Xemeneies de Sant Adrià de Besòs en el gran centre de creació audiovisual de Catalunya. Ho diu durant una visita a la ciutat veïna de Badalona, on destaca la transformació de l'àmbit del Besòs com un dels "grans reptes de país".

8 de febrer

UN EMMY PER A IRENE DÍAZ. Irene Díaz, col·legiada del Col·legi de Periodistes de Catalunya, rep l'estatueta dels premis Emmy per la sèrie de tres capítols *SOS: Invasoras en el Pantano*, que tracta sobre la plaga de pitons que amenacen l'equilibri ecològic dels Everglades. La gala s'havia celebrat el passat desembre, però és avui quan, finalment, Díaz rep el premi físicament.



Foto: Twitter

Irene Díaz amb el premi Emmy

LLIMÓS, PREMIAT. El periodista Albert Llimós rep el guardó de la revista *Panenka* a la millor peça periodística de l'any. Es tracta d'un article sobre els presumptes abusos sexuals comesos per Albert Benaiges, excoordinador del futbol base del Barça, en una escola de Barcelona. El cap d'investigació del diari *Ara* va publicar l'article, el 14 de desembre del 2021, amb una seixantena de testimonis que confirmen els abusos i vexacions de Benaiges.

DEMANDA A EL CONFIDENCIAL. La companyia hidroelèctrica Iberdrola denuncia el portal *El Confidencial*, al qual acusa de provocar un "gravíssim dany reputacional" per una sèrie d'informacions que aquest mitjà digital ha publicat i que vinculen l'empresa en qüestió amb el polèmic excomissari José Manuel Villarejo. Iberdrola quantifica el perjudici provocat a l'empresa per aquestes notícies en més de disset milions d'euros.

10 de febrer

REUNIÓ AMB INTERIOR. Una delegació del Col·legi de Periodistes, del Sindicat de Periodistes i del Sindicat de la Imatge mantenen una reunió a la seu del Departament d'Interior, amb l'objectiu d'enfortir les garanties del lliure i correcte exercici de la professió i el dret a la informació. La reunió també serveix per redefinir la utilització d'elements visuals identificatius entre els periodistes i fotoperiodistes.

11 de febrer

BECA FEMINISTA. El Col·legi de Periodistes i l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya impulsen la beca d'investigació en comunicació audiovisual Montserrat Minobis. Neix amb l'objectiu de promoure i difondre un treball de recerca sobre programes i contingut feminista emesos en qualsevol format audiovisual per a millorar-ne el coneixement i fer-ne divulgació. Té una dotació de 5.000 euros.

MÉS PUBLICITAT A LA RÀDIO. Les ràdios catalanes facturen 46,2 milions en matèria publicitària el 2021, cosa que suposa l'increment d'un 6,9% respecte de l'any anterior. Tot i això, aquesta recuperació suposa només un terç del que es va perdre durant el primer any de pandèmia. Són dades recollides per Media Hotline per encàrrec de l'Associació Catalana de Ràdio, que indiquen que l'increment a Catalunya no és tan gran com a la resta de l'estat, on augmenta un 12,8% respecte del 2020. La informació s'ha donat a conèixer coincidint amb la celebració del Dia Mundial de la Ràdio.

14 de febrer

BASTÉ, LA RÀDIO I LA VIDA. El periodista de RACI Jordi Basté obre la desena Setmana dels Rahola amb una conversa en la que es parla de ràdio, periodisme i d'actualitat. Basté es defineix com un "comunicador" i reconeix que li agradaria tornar a trepitjar el carrer fent feina de periodista. A més, destaca l'ús i els beneficis socials del transistor. "La ràdio és com-

io Instituts
Odontològics

Visita'ns a qualsevol de les
nostres **27 clíniques dentals**
a Catalunya!

Primera revisió gratuïta
900 131 002
www.ioa.es

Quan
estàs bé,
somrius



panyia i hi ha molta gent que necessita companyia”, assegura. Condueix l’acte la periodista Marta Gibert.



Foto: Demarcació Girona

Basté durant la seva intervenció

LLEIDA ÉS RÀDIO. La demarcació de Lleida del Col·legi celebra per setè any consecutiu el Dia Mundial de la Ràdio amb deu hores de retransmissió en directe. Hi participen dotze emissores de la província: RNE, Catalunya Ràdio, COPE, SER, Onda Cero, UA1 Lleida, Emun, Alpicat Ràdio, Ràdio Ponent, Ràdio Rosselló, Ràdio les Borges i Ràdio la Seu. També hi prenen part alumnes del primer curs del Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Vídeo discjòquei i So de l’Institut Caparrella i de l’lerna de Lleida.

18 de febrer

ACOMIADAMENTS A BETEVÉ. La direcció de la cadena pública barcelonina betevé acomiada dotze treballadors. Els acomiadaments se sumen a nou més que es van produir el mes de juliol del 2021. La direcció argumenta que tot plegat forma part d’un pla de xoc, a causa de la “crítica” situació econòmica de la cadena. El comitè d’empresa, tanmateix, hi veu “venjança” per l’oposició de la plantilla a unes retallades plantejades per la direcció.

22 de febrer

POLICIES CONTRA PERIODISTES. L’observatori *Media.cat* presenta l’informe *Policies contra periodistes. Agressions, entrebanes i sancions contra periodistes per part de cossos policials*. Es tracta d’un estudi elaborat per Gemma Garcia que posa de manifest que en els últims anys s’han intensificat els incidents contra els professionals de la comunicació per part d’agents de policia, i els xifra en un 32% del total durant el 2021.

23 de febrer

PERIODISME DE RISC. El Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes de Catalunya organitza un esmorzar a la seu de Barcelona amb les

periodistes mexicanes Iris Mariana Morales i Paulina Alejandra Ríos. Les dues han estat amenaçades per exercir la professió i per denunciar violacions dels drets humans al seu país.

BUSCAR SORTIDA PROFESSIONAL. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i Barcelona Activa presenten un estudi en el qual analitzen el mercat laboral de la comunicació a Catalunya. L’informe *Noves oportunitats i nínxols d’ocupació per a periodistes* detecta les oportunitats que hi ha actualment en el món del periodisme. L’estudi és fruit de la feina dels investigadors de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, de la URL.

25 de febrer

SER PERIODISTA A L’AFGANISTAN. Fereshteh Rafat i Feridoon Aryan són dos periodistes afganesos que van haver de sortir del país fugint del règim talibà. Estan refugiats a Espanya, i el Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes de Catalunya celebra un esmorzar amb ells a la seu de Barcelona per parlar de com els talibans han ofegat la llibertat de premsa i han convertit l’Afganistan en un desert informatiu.

26 de febrer

TERRIBAS, VICEPRESIDENTA D’ÒMNIUM. La periodista Mònica Terribas és la nova vicepresidenta d’Òmnium Cultural. Fa tàndem amb el filòsof i professor Xavier Antich, president. La candidatura d’Antich i Terribas era l’única que es va presentar per substituir l’anterior president, Jordi Cuixart. L’assemblea general de l’entitat té lloc al recinte firal de la Farga, a l’Hospitalet de Llobregat.

28 de febrer

LA TRAMUNTANA JUSTA, A SIS FESTIVALS. El documental *La Tramuntana justa. El batec de la Costa Brava*, promogut per la Fundació Jordi Comas Matamala i dirigit pel periodista i patró de la fundació Josep Puigbó, va guanyar el premi al millor documental, categoria Biografies, al Terres Festival, festival del circuit internacional CIFFT (International Committee of Tourism Film Festivals), celebrat el setembre a Tortosa. Competia amb vint-i-una produccions més. Aquest guardó ha animat la fundació a presentar-lo, subtitulat en anglès, a sis dels festivals de films turístics de més prestigi al món: el Cannes Corporate Media &

tv Awards, de Cannes (França); el New York Festival, de Nova York (EUA); L’ART & TUR – International Tourism Festival, d’Aveiro (Portugal); el Silafest – International Festival of Tourism & Ecology Film, de Veliko Gradiste (Sèrbia); l’International Tourism Festival Africa (ITFFA), a Cape Town (Sud-Àfrica) i l’US International Awards, de Los Angeles (EUA).



Foto: Arxiu

Josep Puigbó, director del documental

28 de febrer

DETENEN UN PERIODISTA A POLÒNIA. El periodista espanyol Pablo González és detingut a Polònia mentre cobreix els efectes de la invasió russa a Ucraïna. González és col·laborador del diari *Público* i es desconeixen els motius de l’arrest. Reporters sense Fronteres (RSF) exigeix el seu alliberament i demana explicacions a les autoritats pel que consideren un “atropellament a la llibertat per a informar”.

MARÇ

2 de març

LLIBERTAT DE PREMSA A UCRAÏNA. El Col·legi de Periodistes de Catalunya s’afegeix a un manifest que condemna la invasió russa d’Ucraïna i els atacs a la premsa als dos països. L’escrit el signen més de cent cinquanta entitats de tot el món que estan preocupats per la població civil ucraïnesa i pels atacs a periodistes i professionals de la informació que estan cobrint el conflicte sobre el terreny.

LA UE CENSURA MITJANS PRORUSSOS. El Consell de la Unió Europea prohibeix a les operadores difondre, permetre, facilitar o contribuir a les emissions dels mitjans de comunicació prorussos de *Russia Today* i *Sputnik*. El consell argumenta que aquests mitjans són “decisius” per donar suport a l’agressió contra Ucraïna i els acusa de manipular “greument” els fets, a més de tergiversar la realitat.

3 de març

ENRIC SIERRA, AL CLUBMÈDIA. El director adjunt del diari *La Vanguardia*, Enric Sierra, és el convidat a la tercera convocatòria del Club Mèdia, al fòrum de diàleg Off the record que organitza la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes i el Círcol de Reus.



Foto: La Vanguardia

Enric Sierra en una imatge d'arxiu

4 de març

TALENT FEMENÍ. El col·lectiu Dones Emprendedores i Innovadores de Manresa (DEIM) i la Demarcació

Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya estrenen una nova temporada del cicle de dinars "Sobre dones", que havia estat aturat per culpa de la pandèmia. La periodista Pilar Goñi, del Grup Taelus, n'és la convidada. L'objectiu d'aquesta iniciativa és facilitar una conversa entre la ponent i els començals per fer valdre el talent femení.

VAGA A BETERVÉ. El comitè d'empresa de betevé convoca una nova jornada de vaga. Els treballadors de la cadena de la capital catalana rebutgen l'acomiadament de vint-i-una persones des del mes de juliol així com la supressió de tres programes culturals i de proximitat com són *Àrtic*, *La cartellera* i *La família Barris*. A més, també demanen que es mantinguin les condicions laborals de la plantilla. La programació de la ràdio serà substituïda per emissions de blocs musicals i durant tota la jornada s'informarà de l'alteració de la programació generada per la vaga.

5 de març

ELS PERIODISTES ABANDONEN RÚSSIA. Els professionals de TV3, RTVE, *El País* i de l'agència EFE, entre molts altres, abandonen Rússia davant les amenaces del Kremlin. El Govern rus ha aprovat una nova llei que preveu fins a quinze anys de presó per difondre el que l'executiu rus considera informació falsa. Així doncs, qualsevol periodista que contradigui les declaracions oficials de Moscou sobre la guerra a Ucraïna o no verifiqui amb fonts del govern rus les seves informacions pot ser castigat. Aquesta decisió s'afegeix a la que ja han pres altres grans corporacions d'informació com ara la BBC o Bloomberg.

9 de març

ROMÀ, PRESIDENTA DE LA CCMA. El Parlament escull el nou consell de govern i la presidenta de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Rosa Romà en serà la presidenta, després d'haver estat degana del Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya. Carme Figueras, Lluís Garriga, Lluís

Viu l'experiència VIRTUAL

A l'ETAP de l'Ampolla

Visita gratuïta!

Recomanada a partir de 4t de primària

Si vols concertar una cita, accedeix a

"Visita'ns" al web: www.ccaait.cat



Consorci
d'Aigües
de Tarragona



Noguera, Àngels Ponsa, Gemma Ribas i Josep Riera completen el nou consell de la CCMA.



Foto: CCMA

Romà, nova cap de la Corporació

11 de març

VULNERACIÓ A PERIODISTES. El Tribunal Constitucional considera que el jutge Miguel Florit i l'Audiència de Palma han vulnerat els drets fonamentals dels periodistes Kiko Mestre i Blanca Pou, del *Diario de Mallorca* i Europa Press, respectivament. Els fets van tenir lloc durant la investigació del cas Cursach, una trama de corrupció local. El jutge va ordenar confiscar els mòbils dels periodistes i altres dispositius per a descobrir les fonts que feien servir per seguir el cas.

PROTECCIÓ PER A PERIODISTES A UCRAÏNA. Reporters sense Fronteres i la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE) reclamen al Ministeri de Defensa que faciliti material necessari per garantir la seguretat dels periodistes que cobreixen la guerra a Ucraïna. Demanen armilles antibales i cascs perquè no donen l'abast amb el material propi i recorden que diversos professionals han estat ferits des de l'inici del conflicte armat.

12 de març

ELS MITJANS DE PROXIMITAT, A L'ALÇA. L'Espai Cultural Kursaal de Montcada i Reixac acull un acte sobre la situació dels mitjans de proximitat. Agustí Danés (*El 9 Nou*), Mònica Lablanca (Cugat Mèdia), Óscar Sánchez (Mitjans de Comunicació de l'Hospitalet), Julià Guerrero (Castellar del Vallès) i Pilar Abián (Montcada Comunicació) parlen sobre el present i el futur del periodisme de proximitat i de com aquests mitjans estan agafant embranzida.

16 de març

MÉS PRECISOS AMB LA PUBLICITAT. El secretari de Difusió de la Generalitat, Jofre Llobart, compareix davant la Comissió d'Economia i Hisenda del

Parlament de Catalunya per informar sobre l'acord dels serveis de gestió i d'inserció de la publicitat institucional del Govern. Llobart indica que cal ser "el més precisos possible" per adreçar-la al públic objectiu desitjat.

18 de març

CUBA I ELS PERIODISTES. La Xarxa Internacional de Periodistes i Comunicadores de Catalunya-Xarxa Internacional de Periodistes amb Visió de Gènere organitza una conferència a càrrec de la periodista cubana Dixie Edith Trinquette Díaz, professora de la Facultat de Comunicació de l'Havana. La professional tracta sobre la situació actual de Cuba, els seus desafiaments i sobre la complicada situació d'alguns periodistes que es veuen abocats a l'exili per fer la seva feina.

21 de març

L'ALTRA RÀDIO, PREMIAT. El programa *L'altra ràdio*, de Ràdio 4, dirigit i presentat pel periodista Cinto Niqui, guanya el Premi a la Comunicació i Divulgació de les TIC. Aquest guardó està convocat per l'Associació Catalana d'Enginyeria de Telecomunicació i Tecnologies Digitals i el Col·legi d'Enginyeria Informàtica de Catalunya. El lliurament del premi té lloc durant la 27a edició de la Nit de les telecomunicacions i la informàtica.



L'equip de *L'altra ràdio* amb el guardó

29 de març

NOVA JUNTA DEL COL·LEGI A GIRONA. L'equip de la llista "Som periodisme" es proclama automàticament en ser l'única candidatura que s'ha presentat a la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. El periodista Jordi Grau n'és el president. L'acompanyen a la junta altres professionals de la comunicació com Susanna Quintana (vicepresidenta), Rosa Gil (secretària), Óscar Pinilla (tresorer), i Elisabet Don i Jordi Ribot (vocals).

MARTÍ, PRESIDENTA A LA CATALUNYA CENTRAL. La igualadina Mar Martí és la nova presidenta de la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, en substitució d'Enric Badia que ha ostentat al càrrec durant sis anys. La periodista encapçalava l'única llista que s'hi ha presentat.

30 de març

ALCALDE SUBSTITUEIX GIMENA. La lleidatana Laura Alcalde és la nova presidenta de la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya, en substitució de Rafà Gimena, que ha ocupat el càrrec els últims vuit anys. Presideix una junta formada per Montse Palau (vicepresidenta), Estela Busoms (secretària), Albert Guerrero (tresorer), a més de Lourdes Ballarín i Francesc de Dios Sans (vocals).

31 de març

IU FORN, NOU DIRECTOR DE L'ACN. El periodista badaloní Iu Forn ha estat nomenat nou director de l'Agència Catalana de Notícies (ACN), en substitució de Marc Colomer, que ha encapçalat l'agència des del 2016. Forn ha treballat a diversos mitjans de comunicació i anteriorment havia estat periodista d'*El Nacional*.



Foto: ACN

Iu Forn substitueix Marc Colomer

ABRIL

1 d'abril

NOU CÀRREC PER A AGUSTÍ RODRÍGUEZ. El periodista col·legiat Agustí Rodríguez Mas és el nou cap de Comunicació d'Infraestructures de la Generalitat de Catalunya. Periodista i consultor, expert en comunicació de crisis i relacions institucionals, anteriorment, havia estat dircom d'Aena durant divuit anys —època durant la qual va rebre amb el seu equip de comunicació el primer premi de Gabinet de Comunicació del Col·legi de Periodistes— i director de Comunicació del R. C. d. Espanyol. També havia treballat com a cap de Premsa de la Subdelegació del

Govern a Barcelona i com assessor de la Delegació del Govern a Catalunya.



Agustí Rodríguez en una imatge d'arxiu

Foto: R. C. D. Espanyol

de l'Aràbia Saudita a Istanbul. Reporters sense Fronteres expressa consternació amb la decisió i avisa que esgotarà totes les vies per revertir el que considera "impunitat inacceptable".

6 d'abril

NOVA JUNTA AL COL·LEGI. El Col·legi de Periodistes de Catalunya presenta nova junta de govern. La llista *Som Periodisme*, encapçalada per Joan Maria Morros, constitueix l'òrgan de govern del Col·legi per als pròxims quatre anys. L'acompanyen en aquesta nova etapa fins a deu periodistes que ja formaven part de l'anterior junta, mentre que els disset restants són de nova incorporació. Cal destacar que catorze dels membres -més de la meitat- que formen la nova Junta són dones. Avui també es constitueix la Comissió Permanent formada pel degà, els presidents de cadascuna de les sis demarcacions, el secretari i el tresorer. Joan Maria Morros, cap d'informatius de RAC1, havia assumit el càrrec el novembre de 2019 arran de la renúncia de Neus Bonet, escollida el

març de 2014 i reelegida quatre anys després. Morros encapçalava la candidatura *Som periodisme*, l'única que s'ha presentat a les eleccions i que ha quedat automàticament proclamada després que la Junta Electoral hagi certificat validant els avals i suports necessaris que necessitava.



Foto de família de la nova junta

Foto: CPC

PREMI PER INVESTIGAR LA PEDERÀSTIA. Una investigació d'*El País* sobre la pederàstia a l'Església catòlica rep el premi Ortega y Gasset a la Millor història o investigació periodística. El treball el firmen Íñigo

Millora la teva competitivitat amb la UOC

Més de 700 programes a la teva disposició

Gràcies a l'acord entre la UOC i el Col·legi de Periodistes, ara pots **matricular-te amb els millors descomptes.**

Utilitza el codi promocional
en el moment de fer la matrícula

PERIODISTES10UOC

Informa't a **matriculacorporativa@uoc.edu**

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.

Domínguez, Julio Núñez i David Verdú. El jurat destaca que la investigació ha tingut un impacte i que ha fet moure els poders públics i l'Església a iniciar les seves pròpies investigacions.

ALIANÇA CONTRA LES FAKE NEWS. L'agència EFE i el Sistema Público de Radiodifusió mexicana signen un conveni de col·laboració per combatre les notícies falses o *fake news*. Les dues corporacions es comprometen a promoure l'alfabetització mediàtica de les audiències i dels usuaris de les plataformes digitals. L'acord preveu que s'emprin els respectius mètodes de verificació amb l'objectiu de constatar la veracitat dels continguts que es viralitzen en el discurs públic.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE PERIODISME. La ciutat de Perugia acull l'inici del Festival Internacional de Periodisme, que torna a celebrar-se després de dos anys aturat per la pandèmia. Els professionals que hi participen debaten sobre els desafiaments que afronta el sector, com les redaccions híbrides o els nous models de consum de la informació.

7 d'abril

SARAJEVO RECORDA JORDI PUJOL. La ciutat de Sarajevo, a Bòsnia, distingeix el foteriodista català Jordi Pujol Puente com a Ciutadà d'honor. Aquest professional va morir el 17 de maig del 1992 en un bombardeig mentre cobria el setge a la capital de Bòsnia per al diari *Avui* i Associated Press i es va convertir en el primer periodista estranger que moria en aquell conflicte. El guardó l'atorga el Consell Municipal de Sarajevo des de fa vint-i-dos anys i distingeix persones estrangeres per la defensa de la solidaritat, la democràcia i la tolerància.



Foto: Jordi Pujol

Jordi Pujol –a la dreta– en una imatge d'arxiu

HOMENATGE A NARCÍS-JORDI ARAGÓ. La Comissió del Nomenclàtor de Girona acorda batejar amb el nom del periodista Narcís-Jordi Aragó la part posterior

del jardí de la Infància, al Barri Vell. Aragó va ser un periodista, advocat i escriptor gironí que va ser el cofundador l'Associació de Premsa de Girona i el Col·legi de Periodistes, i va morir l'agost del 2016 a vuitanta-quatre anys.

8 d'abril

LA MEMÒRIA EBRENCA. El president de la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes, Josep Baubí, i el tresorer, Oriol Gràcia, es reuneixen amb la directora territorial de Cultura a les Terres de l'Ebre, Victòria Almuni, per a presentar-li el projecte de recuperació de la memòria audiovisual de les Terres de l'Ebre, que vol endegar el Col·legi en aquest territori.

11 d'abril

LA PREMSA I EL JOVENT. Amb l'objectiu d'apropar i fomentar la lectura de la premsa entre el jovent, *El 9 Nou* i l'Ajuntament d'Olost signen un conveni de col·laboració mitjançant el qual es posa en marxa una prova pilot: els veïns del municipi que tinguin entre setze i divuit anys poden optar a una subscripció gratuïta d'un any a l'edició d'*El 9 Nou* d'Osona i el Ripollès.

MÉS INGRESSOS A L'AUDIOVISUAL. Segons dades de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència, les televisions i les ràdios estatals van tancar l'any 2021 amb uns ingressos de 6.031 milions d'euros, un 5% més que l'any anterior. Tanmateix, aquesta xifra està per sota dels resultats del 2019, abans de la pandèmia, quan els ingressos del sector audiovisual espanyol van ser de 6.280 milions d'euros.

12 d'abril

LA FOTO DE L'ANY. Una imatge d'Amber Bracken guanya el premi de foto de l'any al World Press Photo. La imatge mostra uns vestits vermells penjats d'unes creus per homenatjar els nens morts al Kamloops Indian Residential School del Canadà. Més de 4.100 alumnes van morir a les escoles com a resultat de maltractament, de negligència, de malaltia o d'accident.

19 d'abril

HISTÒRIA VIVA DE L'EBRE. El periodista i escriptor Josep Bayerri presenta a la biblioteca de Tortosa el llibre *Les riberes catalanes de l'Ebre (1969-2019)*, un recull

d'articles que va publicar a la dècada dels seixanta a *La Vanguardia* sobre la idiosincràsia, la geografia i les característiques de cada poble d'aquesta zona. El pròleg l'ha escrit el seu amic i escriptor Xavier Garcia.

MENYS LECTORS DE DIARIS. L'Estudi General de Mitjans (EGM) constata la caiguda de l'audiència global dels diaris a l'estat. Segons dades de la primera onada del 2022, *El País* es manté com el periòdic més llegit, amb 762.000 lectors de mitjana, 135.000 menys que fa un any. El segueixen *El Mundo* (amb 100.000 lectors menys) i *La Vanguardia* (amb 91.000 lectors menys). La recollida de les dades es va realitzar entre el 12 de gener i el 15 de març d'enguany.

COLOMER, DE L'ACN A ERC. El periodista Marc Colomer fitxa com a director de Comunicació d'Esquerra Republicana. L'exdirector de l'Agència Catalana de Notícies coordinarà l'estratègia comunicativa de la formació des del Parlament. Colomer tria ERC perquè, segons diu, "és l'única via seriosa, racional, inclusiva i viable cap a l'emancipació nacional i social".

21 d'abril

ENTREGUEN ELS PREMIS JOSEP PERNAU. La Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, conjuntament amb la Paeria de Lleida, entreguen els guardons de la XVI edició del concurs Josep Pernaú. Hi han participat dotze centres educatius i s'hi han presentat més de tres-cents treballs sobre el medi ambient, la pressió a les xarxes socials o el suïcidi adolescent, entre altres. Com a novetat, enguany, s'hi ha incorporat la categoria de Fotografia periodística.



Foto: Ajunt. Lleida

Impulsors i guanyadors del concurs

PROTEGIR LA LLIBERTAT DE PREMSA. L'Espai Catalunya Europa de Brussel·les acull la presentació de l'informe *La protecció de la llibertat de premsa i de la defensa dels drets humans a Catalunya*, en un acte organitzat pel Departament d'Igualtat i Feminismes i la Dele-

gació del Govern davant la Unió Europea. L'estudi l'ha elaborat Iridia i posa èmfasi en les limitacions i coaccions que els periodistes i els activistes pels drets humans pateixen per part del poder.

— ♦ —

23 d'abril

EL COL·LEGI A SANT JORDI. El Col·legi de Periodistes instal·la una parada de llibres davant de la seu, a la Rambla de Catalunya, per celebrar la diada de Sant Jordi. Enguany, l'estand del Col·legi compta amb una seixantena de llibres escrits per periodistes. A més, una dotzena de professionals signen llibres.

— ♦ —

25 d'abril

DISSIÓ D'ESTEVE CRESPO. Esteve Crespo presenta la dimissió com a director de continguts d'Informatius de RTVE. Havia estat nomenat per al càrrec fa deu

mesos. Crespo diu que ha pres aquesta decisió per motius personals. La dimissió arriba dos mesos després de l'acomiadament d'Amalia Martínez de Velasco com directora de Continguts Generals de RTVE.



Foto: RTVE

Esteve Crespo deixa el càrrec.

— ♦ —

27 d'abril

CONCURS PÚBLIC DE LA CCMA. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) convoca el concurs públic que té per objectiu cobrir els càrrecs

de director de TV3 i Catalunya Ràdio que porten mesos vacants. Els fins ara directors, Vicent Sanchís i Saül Gordillo, respectivament, han estat cessats dels seus càrrecs. També han estat destituïts els caps d'Informatius David Bassa, a TV3, i Francesc Cano, a Catalunya Ràdio.

— ♦ —

Nota de l'editor

En el passat número de CAPÇALERA, en el reportatge que portava per títol *Welcome Press!* sobre la situació delicada del periodisme a l'Afganistan es parlava de la crida realitzada pel periodista Amador Guallar per poder treure onze periodistes afganesos del país. En el moment de tancar l'edició de la revista, no es va poder actualitzar la informació en el sentit que, finalment, dos d'aquests periodistes afganesos van poder sortir del país gràcies a l'ajuda de l'ambaixada espanyola.

MIRAVÉ
CO

ODONTOLOGIA 360°



Entre d'altres especialitats:

Ortodòncia invisible
Odontologia Infantil
Odontologia Integrativa

Disposem d'un servei de gestió de l'ansietat dental

Serveis sense cost per col·legiats i familiars (mateix domicili):

Visites Odontològiques
Higiene dental anual
Visites odontològiques urgència
Rx intra-orals
Tarifes preferencials per la resta de tractaments

C/Muntaner 239 Telf. 93 200 93 39

Ens hem unit, hem ampliat i seguirem creixent plegats

www.mirave.es





Aquesta PROposta és per a tu, de PROfessional a PROfessional.

T'abonem el 10% de la quota de col·legiat fins a 50 euros

Si ets membre del **Col·legi de Periodistes de Catalunya** t'abonem el 10 % de la teva quota de col·legiat o associat, amb un màxim de 50 euros per compte.

La bonificació es fa un únic any per a quotes domiciliades durant els 12 primers mesos (es considera com a primer mes el de l'obertura del compte). El pagament es fa en el compte el mes següent als 12 primers mesos.

Aquesta oferta és vàlida fins al 31/12/2022 per a clients nous amb la quota domiciliada en un compte de la gamma Expansió PRO.

Contacta amb nosaltres i identifica't com a membre del teu col·lectiu i un gestor especialitzat t'explicarà detalladament els avantatges que tenim per a PROfessionals com tu.

T'estem esperant.



A ASISA sabem com cuidar-te



ASISA SALUD

L'assegurança de salut més completa amb:

- Ampli quadre mèdic
- Gran xarxa hospitalària
- Avançats mitjans de diagnòstic i tractament

ASISA DENTAL

L'assegurança dental més completa amb:

- Més de 50 clíniques ASISA Dental
- Més de 1.700 especialistes de referència
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament

Amb ASISA LIVE tingues accés a videoconsultes en directe amb especialistes on i quan tu decideixis.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

asisa.es

asisa+