

· CAPÇALERA ·

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Juny 2023 · Núm. 193 · 8 €

ALIATS O ENEMICS?

Les prestacions actuals de la intel·ligència artificial obren un debat en el periodisme



Millor Banca Privada a Espanya

EUROMONEY 
PRIVATE BANKING **2023**
SPAIN
BEST DOMESTIC PRIVATE BANK

CaixaBank, Millor Banca Privada a Espanya 2023 segons *Euromoney*. Gràcies a tothom per la confiança.

Estar a prop dels clients i atendre'n les necessitats ens impulsa a continuar innovant cada dia.

 **CaixaBank**
Banca Privada

05 CARTA DEL DEGÀ
APROFITEM LA INTEL·LIGÈNCIA
ARTIFICIAL
TEXT Joan Maria Morros

06 REPORTATGE
CHATGPT ARRIBA A LES REDACCIONS
TEXT Susana Pérez-Soler

14 REPORTATGE
TEMPS D'INCERTESA
TEXT Eudald Coll

18 ENTREVISTA
TONI CLAPÉS:
"ODIO EL PERIODISME SECTARI"
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergi Reboredo

22 REPORTATGE
QUAN NO ARRIBEM A TOT
TEXT Alberto Gómez
IL·LUSTRACIÓ Anna Falcó

26 REPORTATGE
JUDICI A LES NOTÍCIES FALSES
TEXT Carme Escales

30 REPORTATGE
UNA VIDA DE PEL·LÍCULA
TEXT Laura Saula
FOTOS cortesia de Juan Manuel
de Prada

34 REPORTATGE
EL SOMNI EFÍMER DE L'AUTOGESTIÓ
TEXT Francesc Ponsa
FOTO Arxiu Santiago Vilanova

38 REPORTATGE
EL PERIODISME QUE ES DIBUIXA
TEXT Francisco J. Rodríguez
Baena

42 REPORTATGE
QUI ERA EL PATRÓ DELS
PERIODISTES?
TEXT Marta Santisteban

46 DOSSIER
PAPER PER ESTONA
TEXT Adrián Caballero

50 DOSSIER
ESPERANT EL PRIMER PAS
TEXT David Meseguer

54 DOSSIER
ENGANXATS A LA PANTALLA
Text Marga Durá

58 REPORTATGE
MÉS ENLLÀ DE LA PARAULA
TEXT Elisabet Carvajal
IL·LUSTRACIÓ Cristina Carrero

62 NOVETAT EDITORIAL
LA BATALLA MEDIÀTICA
TEXT Josep Gifreu

DOSSIER
PRESENT I FUTUR
DELS DIARIS EN PAPER

66 REPORTATGE
EL SETMANARI ROIG
TEXT Josep Maria Figueres
FOTOS Biblioteca del Centre
de Lectura de Reus

70 PERIODISME AL MÓN
EL SÀHARA, SILENCIAT
TEXT Anna Pruna Galdón

76 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

78 LLIBRES
Joan Palomès

82 LA FOTO
Kim Manresa

84 OBITUARIS

86 DIA A DIA
Francisco J. Rodríguez Baena

94 COM ENS VEU...
Clara-Tanit Arqué

• Ç •

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 193

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 Kiyoshi Takahase Segundo

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

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

JUNTA DE GOVERN
DEGÀ Joan Maria Morros
VICEDEGANS 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



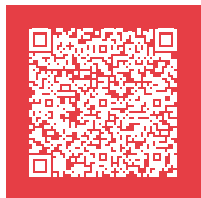
CONVOAPP

L'agenda de rodes de premsa del camp de tarragona

Hem consolidat com a eina clau del sistema comunicatiu del Camp de Tarragona l'aplicació de rodes de premsa ConvoAPP TGN. Un total de 644 usuaris i 323 convocants utilitzen l'APP, que des de la seva posada en marxa a l'octubre del 2018 ha publicat unes 4.500 convocatòries.

www.convoapptgn.com

Descarrega-la aquí



Android

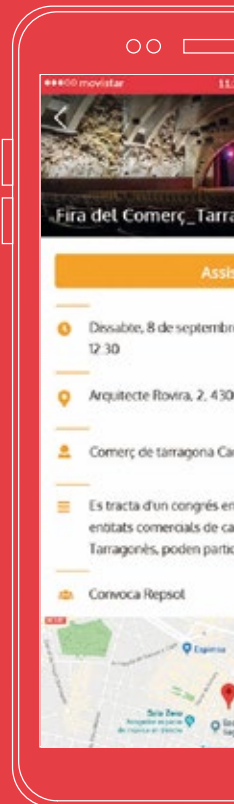


iOS

Més informació a:

Col·legi de Periodistes de Catalunya
Demarcació de Tarragona
Q-5856081-D
secretaria-tarragona@periodistes.cat

Amb el suport de:



Aprofitem la intel·ligència artificial



L'evolució constant de la tecnologia ha tingut un impacte profund en totes les facetes de la nostra vida, i el periodisme no n'és una excepció. En aquesta nova era digital, la intel·ligència artificial (IA) ha emergit com una eina potent que pot transformar el panorama del periodisme. Des de la producció de notícies fins al consum d'informació, la IA està modificant la forma en què interactuem amb els mitjans de comunicació i planteja diversos interrogants que cal abordar.

Un dels avantatges més evidents de la IA en el periodisme és la capacitat d'automatitzar tasques rutinàries. Els algoritmes avançats poden generar notícies automàticament a partir de grans quantitats de dades i permetre als periodistes centrar-se en la investigació i la narració en profunditat. L'eficiència millora el flux de treball i ajuda a oferir informació de manera més ràpida i precisa.

A més, la IA ofereix una gran oportunitat per analitzar i comprendre millor les dades. Mitjançant l'ús de tècniques d'anàlisi de text i d'aprenentatge automàtic es poden identificar patrons i

"DEFENSEM QUE SIGUI LA CREATIVITAT DE L'AUTOR QUI FACI LES INFORMACIONS I LES OPINIONS"

tendències ocultes en grans conjunts de dades i proporcionar als periodistes un context més ric per a les seves històries. Aquesta capacitat d'anàlisi pot conduir a una narració més precisa i informada i a una millor comprensió de temes complexos.

La personalització és un altre àmbit en què la IA està transformant el periodisme. Amb l'anàlisi del comportament de l'usuari i l'aprenentatge automàtic, els mitjans de comunicació poden adaptar les notícies i el contingut als interessos individuals dels lectors. La personalització millora l'experiència de l'usuari i augmenta l'*engagement* i la interacció amb les notícies.

No obstant això, l'ús de la IA en el periodisme no està exempt de reptes i interrogants ètics. Les notícies falses han inundat el panorama informatiu, i la IA pot ser una eina valuosa per combatre aquest problema. Mitjançant l'anàlisi de patrons i la verificació de fonts, els algoritmes poden ajudar a identificar informació enganyosa i proporcionar als periodistes eines per validar la informació. Tanmateix, la confiança i la transparència són valors fonamentals en el periodisme, i cal assegurar-se que els algoritmes utilitzats siguin imparcials i respectin els principis ètics de la professió.



Foto: Bing Image Creator

A més, la substitució de tasques humanes per l'automatització de la IA planteja interrogants sobre el futur del periodisme i el rol dels periodistes.

Aquest article que heu llegit l'ha elaborat el ChatGPT amb aquesta frase: "Fes-me un article d'opinió sobre la intel·ligència artificial i el periodisme". Sense editar, directament copiant-lo del resultat que ha donat. Evidentment, no ha de ser aquest l'objectiu del periodisme amb la IA, sinó que defensem que sigui la creativitat de l'autor qui faci les informacions i les opinions. I que hem d'aprofitar tot allò que porti la IA sense perjudicar la nostra feina ni portar més precarietat. No us perdeu l'article sobre la IA i el periodisme en aquest número de CAPÇALERA. Encara tenim molt a aprendre i, des del Col·legi, donarem totes les eines per entendre-ho, debatre-ho i aprofitar-ho.

Ben cordialment,

Joan Maria Morros

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

deganat@periodistes.cat



Hiperia, el nou presentador virtual de RN3 que cada setmana informa sobre la intersecció entre música i cultura, és fruit de la intel·ligència artificial.

CHATGPT ARRIBA A LES REDACCIONS

Reptes i oportunitats per la professió periodística en l'ús de la intel·ligència artificial

TEXT SUSANA PÉREZ-SOLER

La intel·ligència artificial amenaça amb transformar-ho tot, des de la vida quotidiana i el mercat laboral fins a l'educació i la sanitat, passant pels mitjans de comunicació. El contingut generat per màquines no és una novetat per a les empreses periodístiques, però l'actual onada d'IA incorpora canvis significatius tant pel que fa la manera de crear el contingut com pel volum i l'abast. Alguns mitjans han començat a utilitzar-la per augmentar la quantitat d'informació diària i aconseguir un millor posicionament web, si bé la majoria ha obert un període de reflexió per entendre com pot ajudar a fer periodisme de qualitat, doncs, avui dia, els reptes que planteja pel que fa a la veracitat, la confiança i l'autoria dels continguts són més grans que les oportunitats.

La intel·ligència artificial (IA) s'aplica als mitjans de comunicació des del segle passat. Les primeres notícies automatitzades, a partir de dades de fenòmens meteorològics, van aparèixer als Estats Units a partir dels anys setanta. Més endavant, durant els noranta, es van seguir fent experiments puntuals i a petita escala per cobrir informacions basades en dades i fàcils de traçar, com ara notícies esportives o econòmiques. No és fins al 2014 que s'inicia l'automatització massiva d'informació gràcies a l'agència internacional de notícies Associated Press, que, conjuntament amb l'empresa tecnològica Automated Insights i la consultora Zacks Investment Research, va generar més de tres mil notícies sobre els beneficis trimestrals de les grans corporacions.

Els darrers mesos, ChatGPT protagonitza totes les converses. La IA ha fet un salt exponencial i exhibeix capacitats impenables fa només un lustre. El president i CEO de Microsoft, Satya Nadella, va dir al gener al Fòrum de Davos que assistim a la irrupció “d'un conjunt de tecnologia completament nou que serà revolucionari”. Cinc dies després, la seva empresa va anunciar una segona inversió a OpenAI, empresa creadora de ChatGPT, per valor de 10.000 milions de dòlars. A final de març, un miler d'experts en IA, entre els quals hi destaquen l'empresari Elon Musk, el cofundador d'Apple, Steve Wozniak, i l'historiador Yuval Noah Harari, van

signar una carta oberta per aturar, almenys durant sis mesos, la carrera desenfrenada d'aquests nous sistemes.

APOCALÍPTICS I INTEGRATS

La manera en què aprenen les màquines ha millorat. A diferència dels sistemes d'IA anteriors, que sovint requereixen que els programadors defineixin regles i algorismes específics per a cada tasca a realitzar, els actuals sistemes poden aprendre a partir de grans quantitats de dades autònomament i sense supervisió, de manera que poden generar respostes coherents —encara que no sempre precises— en llenguatge natural. De fet, una de les principals crítiques dels nous models d'IA, com ara ChatGPT, Bard i LaMDA (aquestes dues últimes propietat de Google), no és

HIPERIA, PRESENTADOR VIRTUAL DE RN3, ÉS EL PRIMER CONTINGUT AUDIOVISUAL D'EUROPA CREAT ÍNTEGRAMENT AMB AQUESTA TECNOLOGIA

que no cometin errors, sinó que sempre tenen resposta i ho defensen tot amb la mateixa convicció.

En el món de la imatge ha passat exactament el mateix: les màquines han après a dibuixar de manera autònoma. I, a més, poden imitar l'estil d'un artista determinat. OpenAI, l'empresa creadora

de ChatGPT, està també al darrere de DALL-E 2, una potent IA generadora d'imatges a partir de descripcions textuales. Midjourney i Stable Diffusion són altres plataformes recents que permeten crear il·lustracions a partir d'una frase. “Alex Jones dins una oficina nord-americana sota llums fluorescents”, va ser, per exemple, la que es va fer servir per crear la imatge que va il·lustrar un article publicat aquest estiu a la prestigiosa revista *The Atlantic*, fundada el 1857. L'article va aixecar tanta polseguera, que alguns il·lustradors van pensar que les màquines substituirien aviat la seva feina.

Cada cop que arriba una nova tecnologia, el sector es divideix entre els apocalíptics, que no volen integrar-la per por a perdre la feina, i els integrats, ansiosos per adoptar-la, encarregar-li tasques rutinàries i ocupar-se de la feina creativa i d'investigació. Els mitjans de comunicació, a diferència del que va

passar amb la irrupció d'Internet i les xarxes socials, aquest cop no volen quedar-se enrere i ja han començat a reflexionar sobre com pot ajudar la tecnologia a fer un periodisme de major qualitat.

De moment, els que primer han aplicat ChatGPT són aquells que prioritzen la quantitat d'informació sobre la qualitat.



VUIT AVANTATGES DE LA IA EN EL PERIODISME (SEGONS CHATGPT)

Report.cat, el setmanari digital del Col·legi de Periodistes, va demanar això a aquest sistema de xat: "Escriu un article sobre els avantatges de ChatGPT per a periodistes". Vet aquí la resposta:

ChatGPT és un model de llenguatge generatiu de gran escala desenvolupat per OpenAI. Aquesta tecnologia pot ser de gran utilitat per als periodistes en diversos aspectes, ja que pot ajudar-los a fer més eficaç la feina. En aquest article, explorarem alguns avantatges que pot oferir als periodistes.

1. GENERACIÓ AUTOMÀTICA DE CONTINGUT

ChatGPT és capaç de generar contingut de manera automàtica, sense la necessitat de cap intervenció humana. Això pot ser de gran ajuda per als periodistes que requereixen generar contingut ràpidament, ja sigui per a notícies d'última hora o per a cobertures en temps real. Per exemple, ChatGPT pot generar textos breus per als titulars de les notícies, resums de les notícies i fins i tot articles complets.

2. INVESTIGACIÓ MÉS EFICAÇ

ChatGPT pot ajudar els periodistes a investigar de manera més eficaç. Això es deu al fet que el model pot analitzar grans quantitats d'informació en línia per a trobar informació relacionada amb un tema concret. Això pot ser particularment útil per als periodistes que han de recopilar informació per a escriure notícies o articles.

3. RESOLUCIÓ AUTOMÀTICA DE PREGUNTES

ChatGPT també pot ajudar els periodistes a respondre preguntes que els lectors o espectadors els plantegin. El model és capaç de processar preguntes i proporcionar respostes basades en la informació que té emmagatzemada a la seva base de dades. Això pot estalviar temps als periodistes, que poden centrar-se en altres tasques importants.

4. GENERACIÓ DE CONTINGUT PER A LES XARXES SOCIALS

Les xarxes socials són una part important del món del periodisme, ja que permeten als periodistes connectar amb el públic i difondre'n les històries. ChatGPT pot ser útil en aquest sentit, perquè pot generar contingut per a les xarxes socials de manera automàtica, incloent-hi textos breus per als titulars de les notícies, descripcions i fins i tot mems o imatges relacionades amb la història.

5. MILLORA DE LA PRECISIÓ I LA CONSISTÈNCIA

El model de ChatGPT pot ajudar a garantir que els textos siguin precisos i consistents. El model és capaç de detectar i corregir errors gramaticals i ortogràfics. També pot suggerir paraules o frases que millorin la claredat i la cohesió del text. Això pot ser particularment útil per als periodistes que han de produir textos de manera ràpida i eficient.

6. AMPLIACIÓ DE LA CAPACITAT DE COBERTURA

ChatGPT pot ajudar els periodistes a cobrir una àmplia gamma de temes i històries. El model és capaç de processar informació de diverses fonts i en diferents idiomes, el que significa que els periodistes poden accedir a informació i perspectives de diferents regions i cultures. Això pot ajudar a ampliar la capacitat de cobertura dels periodistes i a millorar la qualitat dels continguts.

7. PERSONALITZACIÓ DEL CONTINGUT

ChatGPT també pot ajudar els periodistes a personalitzar el contingut per a un públic determinat. El model pot analitzar el contingut i el públic objectiu per a proposar paraules i frases que siguin més efectives per a arribar al públic. Això pot permetre als periodistes d'adaptar el contingut per a diferents audiències i a millorar-ne la capacitat de persuasió.

8. TRADUCCIÓ AUTOMÀTICA DE CONTINGUT

Per als periodistes que cobreixen històries en l'àmbit internacional, la traducció pot ser una tasca difícil i costosa. Pot ajudar a simplificar-ne el procés, ja que pot traduir el contingut de diferents idiomes. Això pot estalviar temps i diners als periodistes, que poden centrar-se en la recopilació de notícies i la redacció de contingut. Per als que realitzen entrevistes, el reconeixement de veu i la transcripció automàtica poden ser de gran ajuda. ChatGPT és capaç de reconèixer veus i transcriure contingut, estalviant temps i permetent concentrar-se en altres tasques.

En conclusió, ChatGPT és una eina extremadament útil per als periodistes que pot ajudar-los a millorar l'eficiència i l'eficàcia en la producció de contingut. A través de la generació automàtica de contingut, la resolució automàtica de preguntes, la generació de contingut per a les xarxes socials, la traducció automàtica de contingut i pot automatitzar molts processos.



Molts mitjans de comunicació estan experimentant amb aplicacions informatives generades per la IA. Foto: Stephen Dawson (Unsplash)

I ho han fet en continguts més vinculats a l'entreteniment que no pas a la informació. Per exemple, el CEO de *BuzzFeed*, Jonah Peretti, va anunciar que faria servir la IA generativa per crear i personalitzar els seus famosos tests. En l'extrem oposat, mitjans com *The Guardian* han obert un període de reflexió per estudiar què aporta aquesta nova eina a la pràctica periodística.

EXPERIÈNCIA PIONERA

A Espanya, els principals mitjans de comunicació han optat per la reflexió i la prudència. Radio Televisión Española i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals són capdavanters en l'aplicació d'IA. Ambdós serveis públics es troben en una fase d'experimentació. Hiperia és el primer contingut audiovisual a Europa creat íntegrament per intel·ligència artificial generativa. Es tracta d'un presentador virtual que informa setmanalment a RN3 sobre la intersecció entre música i cultura.

“Vam buscar expressament que no fos un presentador amb un aspecte humà

per no generar neguit”, explica David Corral, responsable d'Innovació de RTVE. La tecnologia per fer-ho possible és “100% generativa i 100% supervisada per humans”, afirma.

La imatge està generada per l'empresa Lexica.art; la veu per monoceros Labs; i la mobilitat labial per ajustar al màxim la imatge i la veu la fa Did. El guió el genera ChatGPT sota la supervisió d'una periodis-

Madrid, RTVE va provar, de manera interna i per primer cop, un sistema d'IA per a la redacció de notícies sobre resultats electorals en temps real. Gràcies a les dades facilitades per la Comunitat, el Ministeri de l'Interior i el Minsait, en una franja de quatre hores, de les 20.30 h fins a les 00.30 h, es van generar 2.850 notícies per donar cobertura informativa personalitzada als gairebé 5.000 municipis d'Espanya que tenen menys de 1.000 habitants.

LES APLICACIONS VAN DES DE TRADUIR TEXTOS, TRANSCRIURE CONTINGUT AUDIOVISUAL FINS A ADAPTAR EL DEL WEB A LES XARXES SOCIALS

ta de RN3. “En un moment en què tothom escriu sobre la IA generativa, des de RTVE hem volgut experimentar amb un contingut no polèmic i accessible a tothom, el cultural, però especialment destinat als més joves que són els que no ens veuen, ni ens escolten”, afegeix Corral.

El maig de 2021, amb motiu de les eleccions autonòmiques a la Comunitat de

Es tracta d'una altra experiència feta amb IA, ara bé, a diferència dels models generatius, aquest sistema és automatitzat, ja que treballa amb una plantilla d'unes cinc-cents paraules generada per la redacció de RTVE i les dades subministrades per les institucions abans mencionades. L'algorisme, proporcionat per l'empresa Narrativa, fa una ingesta de dades automatitzada i funciona autònomament.

A l'hora de tancar l'edició d'aquesta revista, l'experiment estava previst tornar-lo a

fer de cara a la cobertura de les eleccions municipals del maig de 2023. I aquest cop les notícies es podran consultar des de la pàgina web de RTVE. Un altre dels usos de la IA en què treballen a RTVE és la traducció de totes les notícies del web a les llengües oficials de l'Estat, així com la transcripció del contingut audiovisual per posicionar millor als cercadors.

CAUTELA, REFLEXIÓ

A la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals també estan en fase de proves. “Estem avaluant els avantatges i els inconvenients abans d'implementar-ho a processos”, explica Alberto Alejo, cap de Software de la CCMA. De moment, fan servir ChatGPT per fer resums de notícies adaptats a determinats perfils d'edat; per fer la informació accessible i comprensible a persones amb dificultats cognitives o sensorials; per titular peces i fer-ne resums per aconseguir un millor posicionament als motors de recerca; per sintetitzar veus i crear avatars; entre altres. En col·laboració amb el Barcelona Supercomputing Center, i mitjançant una IA generativa, aviat crearan contingut meteorològic i esportiu en format textual, d'imatge, vídeo i àudio.

En el cas dels diaris digitals, preval la cautela i la reflexió. “De moment no ho estem fent servir, però estem estudiant com fer-ho”, explica Joel Albarran, sotsdirector i defensor del lector de *La Vanguardia*. “Avui dia, la màquina no aporta més valor afegit que el periodista i el contingut de qualitat segueix sent insubstituïble”, afegeix. En la mateixa línia es manifesten des del *l'ARA*, *El País* i *El Mundo*.

Sovint es relaciona la IA amb la creació de continguts, encara que les aplicacions, en l'entorn periodístic, són diverses: traducció de textos a diferents llengües, transcripció de contingut audiovisual, anàlisi web, embuts de conversió (*funnels*) per a incrementar subscripcions, adaptació de contingut web per a la publicació auto-

EL FOTOPERIODISME, PREOCUPAT

Les imatges creades per intel·ligència artificial obren un debat en la professió

El fotoperiodisme tenia, fins fa uns mesos, molts problemes amb els quals havia de lidiar, com la precarietat o el fet que determinats mitjans de comunicació utilitzin imatges sense demanar drets ni pagar als autors. I, de sobte, apareix el ChatGPT i crea un altre problema a tenir en compte, com és la creació del que semblen fotografies reals.

La fotografia és una de les disciplines que es veu més directament amenaçada amb la irrupció de la intel·ligència artificial, ja que ofereix l'oportunitat que qualsevol persona pugui generar imatges molt realistes només demanant-ho al programa. Unes imatges creades per algoritmes que cada cop costen més de diferenciar de les originals.

En pocs mesos, s'han donat diversos casos que han obert un debat al voltant de les imatges creades per IA. Des de la publicació, en portada, al diari *El Mundo* d'una imatge en què es veia Pablo Iglesias i Yolanda Díaz junts i somrients, passant per altres imatges falses com la d'una suposada detenció de Donald

Trump o la del Papa Francesc vestint un abric de plomes de Balenciaga. Imatges que ràpidament es van viralitzar i que molta gent va

PROFESSIONALS DEL MÓN DE LA IMATGE DEMANEN DIFERENCIAR CLARAMENT ENTRE EL RIGOR DEL FOTOPERIODISME I LES IMATGES ELABORADES PER ALGORITMES

creure que eren certes. En realitat, els *deepfakes* de l'expresident nord-americà havien estat creats per Eliot Higgins, periodista i fundador del col·lectiu d'investigació Bellingcat, mentre que les del pontífex van ser generades amb l'aplicació Midjourney i posteriorment havien sigut retocades amb un programa de tractament d'imatges.

“La imatge periodística, no només estàtica sinó també les imatges en moviment, ha servit, dins d'uns certs límits, com a garantia de veracitat. La difusió d'imatges hiperrealistes generades per la IA bandeja definitivament aquesta idea: des de les fotos de la presumpta detenció de Donald Trump fins als vídeos *deepfake*, entrem en una nova dimensió on el concepte clau és *versemblança* més que *veracitat*”, explicava Carlos Scolari, professor i investigador de la Universitat Pompeu Fabra especialitzat en evolució dels mitjans, en un article d'Alejandra Palés a *l'ARA*.



La polèmica imatge guardonada als Sony World Photography Awards. Foto: Boris Eldagsen

ESCÀNDOL I POLÈMICA

Ara bé, si hi va haver una imatge que va crear un intens debat va ser la de l'artista alemany Boris Eldagsen, que es va presentar –amb una evocadora imatge de dues dones de generacions diferents, una darrere l'altra, en blanc i negre i to sèpia– al prestigiós concurs anual Sony World Photography Awards. La fotografia en qüestió va guanyar la categoria Creativitat.

“Aquest és un moment històric, és la primera imatge generada per intel·ligència artificial que guanya un prestigiós premi internacional de fotografia”, anunciava Eldagsen durant la gala dels guardons. La polèmica estava servida.

Eldagsen, que va renunciar al premi, havia deixat en evidència el jurat. La notícia es va viralitzar ràpidament. Tal com es preguntava Palés al seu article, “si els experts en fotografia no van ser capaços de veure que estava feta amb intel·ligència artificial, podria l'ull d'una persona qualsevol detectar-ho?”.

“El meu objectiu era obrir un debat i ho he aconseguit”, admetia Eldagsen en declaracions a *El País*. Aquest artista –membre de l'Acadèmia de Fotografia d'Alemanya i que habitualment treballa amb aquesta tecnologia– no veu la IA com una amenaça, encara que admet que suposa un autèntic repte. “Per a les nostres democràcies és absolutament necessari que es distingeixi a la perfecció en els mitjans de comunicació quina imatge és real i quina no”, advertia al diari de Prisa.

GARANTIA DE VERACITAT

Les derivades d'aquest tipus d'imatges són diverses. Dues setmanes abans de destapar-se l'engany ideat per Eldagsen, Jordi Play –coordinador del Grup de Treball de Fotoperiodisme del Col·legi de Periodistes– en un article a la revista *El Temps*, assegurava que “aquesta confusió i bombardeig d'imatges sense sedàs hauria de ser la gran oportunitat per al fotoperiodisme”.

“Ara és el moment de demostrar que les nostres imatges són garantia de veracitat i un certificat d'autenticitat i compromís per mostrar com és i què passa al món. Sense manipulacions”, assegurava. “No tindria sentit –afegia– estar en contra de la IA. Pot ser una fascinant eina de creació. Tot i així, cada cosa té el seu espai: ni el fotoperiodisme pot jugar a crear ficció ni la IA pot vendre rigor i veracitat. Les noves regles del joc ho han de diferenciar amb claredat”.

Finalment, Play urgia a elaborar “un manifest amb la signatura dels col·legis professionals de periodistes, de sindicats i associacions de fotoperiodistes, com també d'editors. Un manifest que iniciï un nou contracte entre mitjans i audiència, i que expressi el compromís necessari del periodisme amb la societat”.

Eudald Coll



LA MILLOR GUIA

Els valors ètics del periodisme en l'adopció de la intel·ligència artificial

Avui, a les redaccions hem arribat a preguntar a la intel·ligència artificial coses com: què és noticable?, quina forma ha de tenir?, quin títol triar?, quin contingut destacar? És a dir, la IA pot arribar a tenir un paper cabdal en decisions que formen part del nucli de la funció editorial del periodisme.

Aquesta tecnologia té el potencial de contribuir a fer un millor producte informatiu, tanmateix, que la IA resulti un suport per augmentar la qualitat del periodisme i per mantenir la seva raó de ser passarà per la capacitat del periodisme de posar-la al servei de la seva missió de servei públic i dels seus valors: veritat, justícia, responsabilitat i llibertat.

La crisi econòmica i ontològica que travessen els mitjans i la manca d'inversió en el sector són factors clau que cal tenir en compte en aquest context: la IA arriba amb promeses de millora de la productivitat i l'eficiència, i en aquests moments caracteritzats per la manca de múscul econòmic, l'automatització dels processos pot resultar molt seductora. Per això, caldrà una mirada estratègica a mig i llarg termini, capaç de trobar l'equilibri a l'hora d'adoptar la IA, i la millor guia per aplicar la mesura seran els grans principis ètics de la professió. No córrer i parar atenció, perquè un excés d'automatització pot comportar la dissolució del propi significat del periodisme.

SENSE CRITERI

Un dels grans avantatges que el sector percep amb l'arribada de la IA és el potencial que implica a l'hora d'oferir continguts més rellevants als usuaris: aquesta tecnologia té la capacitat d'identificar comportaments i interessos, així com de personalitzar la informació. És a dir, permet, per exemple, crear una portada al gust, de manera que cada persona hi trobi els continguts que més sintonitzen amb la seva visió del món.

Amb vistes a curt termini això pot ser molt interessant, ja que implicarà més visites (una de les mètriques amb què els mitjans mesuren l'audiència). Tanmateix, per prosperar es fa necessària una perspectiva més àmplia que tingui en compte els efectes en el temps de les decisions. Si es té present que una raó de ser del periodisme és exercir la funció comunitària, que consisteix a oferir espais amb punts de vista diversos per tractar temes d'interès públic, s'entén que una personalització fins a l'extrem de fer el producte a mida té el potencial de desvirtuar la funció democràtica que li és inherent.



Un excés d'automatització en la creació dels continguts pot contribuir també a la desnaturalització, i per evitar-ho esdevé imprescindible distingir les potencialitats de la màquina de les humanes. La màquina funciona en termes de "quina és la millor resposta per a un *prompt*", però no funciona en termes de "per què la ciutadania hauria de saber això", o "quina és la pregunta incòmoda que hauria de fer". La màquina no pot percebre l'entorn i, més important encara: tampoc té criteri moral i, per tant, no pot contextualitzar els fets ni fer-se'n responsable.

VALORS FONAMENTALS

El canvi cultural que implica la ràpida penetració de la IA a les nostres societats ens condueix inevitablement a preguntar-nos què ens fa humans. En el periodisme, també ens ho hem de qüestionar per, tot seguit, importar la reflexió a la nostra orga-

“ÉS EL MOMENT DE PLANTEJAR-NOS COM EL COMPONENT HUMÀ POT CONTRIBUIR A SINGULARITZAR EL PRODUCTE INFORMATIU”

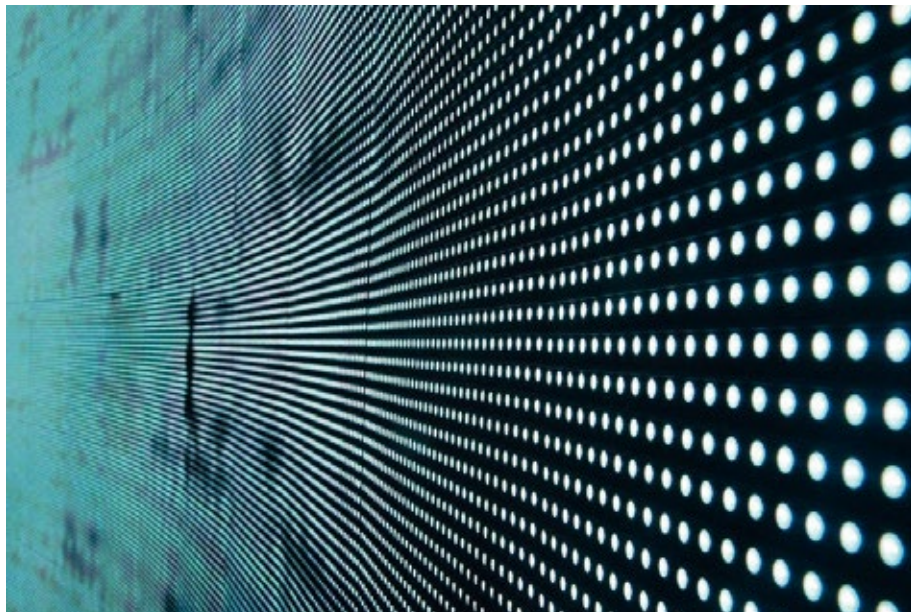
nització. És a dir, és el moment de plantejar-nos com el component humà pot contribuir a singularitzar el producte

informatiu. Després, caldrà prendre decisions estratègiques importants: l'estalvi que comportarà l'automatització de determinats processos, es reinvertirà a alliberar els periodistes de tasques repetitives per fer un periodisme més humà?

Una esfera pública inundada de continguts i de desinformació requereix un agent que doti de sentit i en qui es pugui confiar, i qui està en millors condicions per exercir aquest rol és el periodisme de qualitat. Aprofitar l'oportunitat passarà per retornar als valors fonamentals: veritat, responsabilitat, llibertat i justícia, que resulten actualment la millor guia per governar els algoritmes que s'integren als mitjans de comunicació. Potser, el primer pas per superar la crisi econòmica pot ser transcendir la crisi ontològica, o el que és el mateix, recuperar la missió original. Si no és ètic, no és periodisme.

Patricia Ventura Pocino

Doctora en Ètica, intel·ligència artificial i comunicació, i consultora de comunicació estratègica



La IA obre moltes possibilitats en la professió. Foto: Rawpixel

màtica en xarxes socials, personalització de continguts, etc.

La IA també pot ajudar a detectar i aturar la desinformació. RTVE, juntament amb la

ajudi els periodistes a detectar les informacions falses que es fan virals a Internet, ja sigui en format textual, d'imatge, vídeo o àudio. Per aconseguir-ho, col·laboren amb la UPC, la Universitat de Granada i la Carlos III de Madrid.

RTVE I LA UAB TREBALLEN EN UNA EINA QUE AJUDI ELS PERIODISTES A DETECTAR INFORMACIONS FALSES EN TEXTOS, IMATGES O ÀUDIOS

UAB, treballen en el projecte IVERES, "Identificació, Verificació i Resposta", per tal de desenvolupar una eina tecnològica que

treball dels periodistes", explica Montserrat Rigall, periodista de RTVE. El projecte, finançat pel Ministeri de Ciència i Inno-

"Ara mateix és molt costós i difícil verificar la informació, i amb aquesta eina volem facilitar el

vació, presentarà els resultats el novembre de 2024.

AIXÒ ÉS PLAGI?

L'il·lustrador navarrès Jon Juárez denunciava en un article publicat a *El País* que almenys una de les seves creacions subjecte a copyright havia estat usada per DALL-E 2 sense consentiment. Per aprendre a dibuixar, o a escriure en el cas de ChatGPT, aquests sistemes d'IA fan servir milions d'imatges i textos d'Internet.

Però aquesta creació és una barreja de moltes altres obres i cada cop que un usuari fa una petició la màquina fa una creació diferent. No reproduïx píxel a píxel l'obra de l'il·lustrador, ni escriu paraula per paraula el text d'un periodista, sinó que s'inspira en aquell contingut amb què ha estat entrenat. Per tant, pot ser acusada de plagi una IA?

"Cada cop serà més difícil trobar l'autor original i fer-ne la traçabilitat, ja que els sistemes d'intel·ligència artificial es basen en milions de creacions i perfeccionen la manera d'aprendre", explica Enric Enrich, advocat especialitzat en drets d'autor i propietat intel·lectual. "La llei de propietat intel·lectual diu que l'autor té ple dret sobre la seva obra, en canvi, els sistemes d'IA fan creacions derivades, així que cada cop serà més difícil reconèixer-ne l'autor original i protegir-ne l'autoria", conclou. Ç

Més informació a:

www.wsj.com/articles/buzzfeed-to-use-chatgpt-creator-openai-to-help-create-some-of-its-content-11674752660?mod=djemalertNEWS › Article de Jonah Peretti, CEO de BuzzFeed, anunciant que farà servir la IA generativa en els seus tests

www.theguardian.com/commentisfree/2023/apr/06/ai-chatgpt-guardian-technology-risks-fake-article › Article a *The Guardian* sobre el període de reflexió per estudiar què aporta la IA a la pràctica periodística

www.rtve.es/play/audios/hiperia › Hiperia, el primer contingut audiovisual creat a Europa íntegrament per intel·ligència artificial generativa

<https://elpais.com/tecnologia/2022-08-23/la-irrupcion-de-la-ia-provoca-la-guerra-en-el-mundo-de-la-ilustracion-es-un-perfeccionamiento-del-plagio-no-tenemos-ni-palabra-para-eso.html> › Article de l'il·lustrador navarrès Jon Juárez a *El País* denunciant que una de les seves creacions va ser utilitzada per la IA



TEMPS D'INCERTESA

Les previsions de futur per al periodisme i la comunicació

TEXT EUDALD COLL

El Reuters Institute (Universitat d'Oxford) i la Fundació Nieman (Universitat de Harvard) han analitzat el periodisme actual i han elaborat les seves pròpies prediccions per a la professió. Entre altres coses, apunten a una major preocupació per la sostenibilitat dels mitjans, a un augment de poder de les veus alternatives, a una major aposta per TikTok i per xarxes minoritàries com Mastodon o a una embranzida dels vídeos digitals, els pòdcasts i els butlletins electrònics. En aquestes pàgines, fem un repàs de les principals prediccions del periodisme actual.

Al gener, el prestigiós Reuters Institute, de la Universitat d'Oxford, va publicar l'informe *Periodisme, mitjans i tecnologia: tendències i prediccions per al 2023*, en què prediu alguns dels aspectes més importants del periodisme que s'acosta. Per a l'elaboració, fins a 333 persones —executius de cinquanta-tres països i territoris, entre aquests Espanya, i de diferents àrees dels mitjans— van respondre una enquesta. Per les mateixes dates, també es van conèixer les prediccions del Nieman Lab de la Fundació Nieman (Universitat de Harvard), que cada any consulta diferents experts i, a partir d'aquí, elabora un decàleg sobre l'estat del periodisme. Enguany, són prediccions més aviat pessimistes i deixen clar —tot i que en aquest cas se centra en el que passa als Estats Units— que el sector pateix una crisi per esgotament. A continuació, repassem algunes de les prediccions d'aquests dos centres de referència:

NEGOCI A LA BAIXA

La crisi energètica i l'espiral inflacionista, fruit de la guerra d'Ucraïna, ha generat problemes econòmics en molts mitjans i, sobretot en les butxaques dels espectadors, oients i lectors. Per això, entre els enquestats pel Reuters Institute, menys

de la meitat dels responsables de mitjans de comunicació (44%) asseguren tenir confiança en les perspectives de negoci

FINS I TOT ELS DIRECTIUS DE MITJANS OPTIMISTES PREVEUEN ACOMIADAMENTS I MESURES PER REDUIR DESPESES

per aquest 2023. D'altra banda, un 37% mostra incertesa i una cinquena part (10%) admet tenir poca confiança. Les principals preocupacions tenen a veure amb l'augment dels costos i el menor interès dels anunciants. Fins i tot, assenyala l'informe, aquells que són optimistes preveuen acomiadaments i altres mesures per reduir despeses.

MENYS SUBSCRIPCIONS

El pessimisme dels responsables de mitjans, en el cas dels europeus, inclou una preocupant disminució en les subscripcions

dels productes impresos i digitals vinculat al col·lapse de les xarxes de distribució i a l'augment general de la taxa de cancel·lació. La inflació que està començant a afectar molts ciutadans té, doncs, conseqüències en aquest sentit. Per això, segons l'informe del Reuters Institute, «el consens és que aquest any el focus se centra a retenir subscriptors exigents abans que afegir-ne de nous».

MÉS VALORS COMPARTITS

Des del Nieman Lab destaquen la importància de les aliances dins la indústria entre mitjans i augura que s'observarà «que les organitzacions de notícies adopten valors compartits com la manera de tenir èxit enfront el col·lapse de la indústria». Posen, com a exemple, que a Chicago més de seixanta mitjans van crear l'Aliança de



Periodistes de la redacció d'Axel Springer a Berlín. Foto: Thomas Schmidt (NetAction)

Mitjans Independents de Chicago. A casa nostra, darrerament, hem vist la creació de *Catalunyametropolitana.cat*, fruit del treball en equip de disset mitjans del Baix Llo-

EL CONSENS ÉS QUE EL 2023 EL FOCUS SE CENTRA A RETENIR SUBSCRIPTORS EXIGENTS ABANS QUE AFEGIR-NE DE NOUS

bregat, el Barcelonès i el Vallès Occidental que cooperen per crear un portal informatiu d'àmbit metropolità. "Aquest tipus de coordinació no és només una victòria per a les redaccions, sinó també per a les comunitats a què, en última instància, serveixen", apunten des de Nieman Lab.

NETFLIX I ELS ANUNCIANTS

Segons l'informe del Reuters Institute, "tota publicació que encara depengui, en bona mesura, de la circulació impresa o dels ingressos publicitaris probablement

patirà greus dificultats aquest any. Els diaris regionals i locals són especialment vulnerables cosa que, en alguns països, podria provocar una major intervenció governamental per donar suport al sector". Concretament, assenyalava l'informe, les emissores de ràdio i televisió també s'enfronten a la

disminució de les audiències —en tots els grups d'edat. I no ajuda, asseguren, que moltes empreses privades de comunicació segueixin dependent excessivament de la publicitat. En aquest sentit, la decisió de Netflix d'acceptar publicitat «afegirà pressió» a les cadenes.

LLUMS I OMBRES DE LA IA

Des del Reuters Institute, no dubten a assegurar que la intel·ligència artificial ha arribat per quedar-se en el periodisme. "La intel·ligència artificial ofereix als

mitjans, per fi, l'oportunitat d'oferir informació i formats més personals i pot ajudar a lidiar amb la fragmentació de canals i la sobrecàrrega d'informació". Des de la Fundació Nieman asseguren, en referència als mitjans nord-americans, que els editors dels diaris metropolitans "algun dia veuran l'automatització de les notícies com una benedicció". "Però aquestes noves tecnologies —afegeixen des del Reuters Institute— també comportaran qüestions existencials i ètiques, juntament amb més *deepfakes*, pornografia falsa i altres alteracions. Cordem-nos els cinturons".

ATENTS A LA SALUT MENTAL

Experts consultats per la Fundació Nieman destacaven el tema de la salut mental dels periodistes, així com l'assetjament en línia del qual són víctimes, i demanaven abordar tots dos fenòmens. Per les mateixes dates que la Universitat de Harvard publicava les seves prediccions, a casa

nostra Maiol Roger publicava a *Media.cat* una peça sobre la salut mental dels professionals de la informació. Des de cobrir informacions delicades (desnonaments, morts, pobresa extrema...) fins a la pressió de les empreses, la pressió externa, l'exposició pública i la precarietat. "I sumades desemboquen en una realitat: dia a dia, setmana a setmana, hi ha molts companys i companyes cremades que o bé volen deixar la feina o bé la fan fastiguejats", afirma.

MENYS TWITTER, MÉS TIKTOK

Els directius consultats pel Reuters Institute asseguren que enguany no estaran tan atents a plataformes com Facebook i Twitter, als quals dispensen, respectivament, trenta i vint-i-vuit punts menys

d'interès respecte a l'any anterior. En canvi, asseguren que centraran les energies a TikTok (+63), Instagram (+50) i YouTube (+47), on es concentren les audiències més joves.

"El major interès en TikTok –fins a dinou punts percentuals més que el 2022– evidencia el desig d'atraure els menors de vint-i-cinc anys i d'experimentar amb narracions utilitzant vídeos verticals, mal-

ES CALCULA QUE LA DECISIÓ DE NETFLIX D'ACCEPTAR PUBLICITAT AFEGERÀ PRESSIÓ A LES CADENES DE TELEVISIÓ

grat que existeix una certa preocupació per la monetització, la seguretat de les dades i altres implicacions relacionades amb

l'origen xinès de la plataforma", apunta aquest informe.

L'ALTERNATIVA DE LINKEDIN

Encara en l'àmbit de les xarxes socials, l'enquesta del Reuters Institute assegura que la implosió de Twitter sota la propietat del magnat Elon Musk ha evidenciat un debilitament d'aquesta plataforma. Tot i això, un 17% dels enquestats creu que això pot ser positiu, ja que "podria revertir la rellevància que actualment es dona a les opinions d'una elit poc representativa però sorollosa" i un 42% apunten que LinkedIn sorgeix com una alternativa més popular, seguida de



Els canvis que està patint la professió periodística en els darrers temps generen un escenari ple d'incertesa. Foto: Freestockcenter

Mastodon (19%) i Facebook (7%). A uns altres, en canvi, els costa trobar un substitut per a la xarxa de l'ocellet.

MÉS PÒDCASTS I ÀUDIO DIGITAL

Una de les grans tendències a l'alça en l'àmbit digital dels darrers temps ha estat l'explosió de formats i canals que els mitjans poden utilitzar per arribar als consumidors. Per això, entre els enquestats pel Reuters Institute, una gran majoria (72%) asseguren que, en termes d'innovació, destinaran més recursos al pòdcast i a l'àudio digital, així com als butlletins enviats per correu electrònic (69%) ja

ELS DIRECTIUS ENGUANY NO ESTARAN TAN ATENTS A FACEBOOK I TWITTER I DIUEN QUE CENTRARAN LES ENERGIES A TIKTOK, INSTAGRAM I YOUTUBE

que es tracta de canals que han demostrat eficàcia a l'hora d'augmentar la fidelitat a les marques informatives. En canvi, només un 5% invertirà en el metavers, tecnologia que desperta molt d'escepticisme i que no acaba de convèncer respecte al potencial per al periodisme.

LA INCLUSIÓ DE LES MINORIES

Diferents experts consultats per la Fundació Nieman admeten que “el periodisme de demà pertany a aquells que han estat exclosos, danyats o als quals els mitjans els han fallat. S'ha acabat el temps per als mitjans de comunicació que operen d'aquesta manera, amb finalitats de lucre, influència política i la protecció de l'*status quo*”.

El periodisme que s'acosta, asseguren, farà que ben aviat “parem de mirar només dins de la nostra petita i privilegiada indústria i ens apartem, fem espai i ens posem darrere dels altres”. Aquests experts també consideren que, a mesura que les xarxes socials es van fragmentant, les veus que abans eren marginades van guanyant més poder.

MÉS COBERTURES SOBRE EL CLIMA

L'evident canvi climàtic ha provocat que els enquestats pel Reuters Institute admetin que estan començant a informar més sobre el tema —la meitat fins i tot n'han creat equips especialitzats—, tot i que dos terços dels directius admeten que

les perspectives per al planeta sovint són tan depriments que es fa difícil atraure les audiències amb aquestes informacions. Una tercera part

dels enquestats reconeixen haver impulsat, el darrer any, diferents estratègies per un periodisme sostenible a les redaccions.

FUSIONS A LA VISTA

Atesa la situació actual de la professió i la conjuntura econòmica, des del Reuters Institute prediuen que “cal esperar una onada d'acomiadaments i de fusions, d'adquisicions i d'aliances, mentre que el sector mediàtic procura reduir costos i agrupar valor de formes noves”. “Les fusions i les adquisicions —prosegueixen— de vegades creen més problemes dels que resolen, però, en la seva forma més eficaç, hi haurà empreses que busquin gestionar una cartera de marques distintives i complementàries, amb un focus més gran en les necessitats i segments específics de les audiències”.

MODELS DE MENOR COST

Aquestes turbulències, apunten des del Reuters Institute, poden generar una reflexió sobre una manera diferent de crear

notícies i de concebre un mitjà digital. “Estan sorgint models de menor cost, centrats en redaccions i eines distribuïdes, que ajuden a cobrir forats en la provisió d'informació local, per exemple. Alguns reporters emprenedors i altres creadors de continguts periodístics s'estan passant als butlletins i els pòdcasts, que permeten una connexió més profunda amb audiències específiques sense les despeses d'estructura que aclaparen moltes organitzacions tradicionals, encara que en gran mesura es tracta de serveis addicionals que beneficien els que ja estan interessats en les notícies”.

SITUACIÓ PREOCUPANT

Segons l'informe del Reuters Institute, “l'estat d'ànim que regna en el sector de la premsa és d'incertesa i de certa preocupació pel que pot proporcionar aquest any. Els indicadors econòmics no pinten bé: hi ha un veloç augment dels costos i s'espera que la reducció de les despeses de les cases continuï encara durant un temps”.

“Qüestions com l'evasió de notícies i la fatiga informativa —afegeixen en aquest l'informe— estan molt esteses, al mateix temps que algunes xarxes socials semblen fer una implosió o allunyar-se del periodisme i les plataformes emergents, en gran mesura, es mostren desinteressades, cosa que dificulta encara més la captació de nous clients”. Ç



Entrevista a Toni Clapés, periodista, director i presentador del *Versió* RAC1

"ODIO EL PERIODISME SECTARI"

Des dels setze anys treballa a la ràdio. L'any vinent, en Toni Clapés complirà quaranta anys davant d'un micròfon, més de la meitat al capdavant del *Versió*, programa insígnia que va iniciar a Catalunya Ràdio i que continua a RAC1 des de fa divuit anys, allà és líder d'audiència indiscutible a la tarda. Però malgrat el lideratge, l'experiència acumulada i els premis obtinguts, Clapés –que el 7 de febrer va ser nomenat col·legiat d'honor juntament amb Rosa Matas, Lluïsa Bertomeu, Hèctor Aranda, Toni Orensanz i Miquel Ruiz (a títol pòstum)– reconeix en aquesta entrevista els problemes que ha hagut de superar pel camí, càncer inclòs.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGI REBOREDO

Tot comença amb la teva mare mirant anuncis de pisos a *La Vanguardia*. Correcte. El diumenge a la tarda agafava els anuncis classificats de *La Vanguardia*. Retallava els de pisos i els enganxava en una llibreta, i el diumenge al matí els anàvem a veure, però no en compràvem mai cap. I un dia va veure un anunci de MK3, una emissora de la Meridiana, que buscaven locutors. I com que m'agradava la ràdio, em va dir: "Per què no hi truques?". I així vaig començar a la ràdio amb setze anys.

El teu pare, que va morir fa poc, et va animar quan ho volies deixar. Dos o tres mesos més tard de començar a MK3, la mare va coincidir a la perruqueria amb la dona del cap de Programes de Radio Minuto. I el seu marit li havia dit que els faltava una persona a la ràdio i que, si m'interessava, em farien una prova. I em van agafar. Vaig haver de fer un batxillerat nocturn per combinar-m'ho. Jo tenia setze o disset anys mentre la resta, a la ràdio,

en tenien divuit-vint, i vaig viure la competència, els cops de colze... En un moment determinat vaig caure en desgràcia i em van fer *mobbing*. Em van col·locar en una emissora, Radio Corazón, on tot eren dones, i després de tècnic al programa *Tocadiscos flamenco*. Tot per veure si marxava. I vaig dir al meu pare que ho volia deixar i que podia treballar amb ell, que tenia una sabateria. I em va dir: "Tu saps el que és estar-se en una sabateria? Et passes el dia esperant que vingui algú i quan venen et fan treure sis parells de sabates i al final no compren res. Això no ho vull per a tu. No abandonis, segueix". I això em va salvar. I sort que no ho vaig fer, perquè dos o tres anys després el pare es va arruïnar.

I com que s'arruïna, no pots estudiar Periodisme.

Havien d'entrar diners, ja que les vam passar magres. Llavors, feien la carrera els que volien dedicar-se a feines periodístiques, i els que feiem més entreteniment, com en

Miquel Caçada, l'Andreu Buenafuente o jo mateix, ens dedicàvem a treballar a la ràdio. A mi, en aquell moment, ja m'anava bé, perquè sempre em sortia feina.

També vas fer les proves per a Catalunya Música. Si arribes a passar-les, ara en lloc del *Versió* estaries presentant el concert de piano número 1 en mi menor de Chopin...

Exacte. Em vaig presentar a les proves de Catalunya Música perquè el meu objectiu era fer un programa convencional a Catalunya Ràdio. L'estratègia era aquesta. És el que vaig fer al entrar a la SER a través de Cadena Dial. I aquí sí que va funcionar, perquè a Cadena Dial vaig conèixer en Javier Pons, el nou cap de Programes, que em va donar l'oportunitat – i tota la vida li estaré agraït – de fer ràdio convencional a Ràdio Barcelona, on feien *L'alegria de la casa*, el programa d'en Jordi Hurtado. I després em va dir que arrancaven Ràdio Barcelona 2 i que vindria l'Andreu Bu-

PERFIL

Toni Clapés i Casals (Barcelona, 1967) va començar la trajectòria professional el 1983. Va treballar a MK3, Radio Minuto, Cope Ibiza, Cadena Dial, Ràdio Barcelona-Cadena SER i Catalunya Ràdio fins que, el 2005, va marxar a RAC1, on dirigeix i presenta *Versió RAC1*, programa que feia a Catalunya Ràdio sota el nom *Versió original*. En televisió, ha treballat a programes de TV3, Telecinco i 8TV com *Sense títol*, *Persones humanes*, *Solvència contrastada*, *Tot per l'audiència*, *Cròniques marcianes*, *Efectes secundaris* i *Dilluns Clapés*. Ha rebut el premi Nacional de Comunicació, l'Ondas a la millor trajectòria i el premi Ràdio Associació al millor professional de ràdio. També és col·legiat d'honor del Col·legi de Periodistes.

enafuente —que ningú sabia qui era— i el seu equip amb un programa que es diria *El Terrat*.

"TRES O QUATRE PRODUCTORES ES REPARTEIXEN EL PRESSUPOST DE PRODUCCIONS EXTERNES DE TV3. EM SEMBLA GREU I VERGONYÓS"

Uns païos de Reus amb unes idees diferents...

Exacte! I en Pons em va dir que necessitava algú de Barcelona que...

...controlli a aquests de comarques.

És clar. Perquè tots els que venien eren de Reus. I, llavors, deixo definitivament Cadena Dial i m'incorporo a Ràdio Barcelona.

També has fet molta televisió. Ets molt crític amb TV3.

Quan un programa m'agrada, com *El fòraster*, *El convidat*, *Joc de cartes* o *Eufòria*, l'he lloat. I en ser una televisió pública puc opinar del que no m'agrada. Hi ha coses que em grinyolen. Per exemple, fa temps que hauria invertit en uns nous decorats per als informatius, perquè el pal de taller de TV3 és la informació. Només cal mirar les audiències de segons quins programes. Soc crític amb aquestes coses i cada cop accentuo més la crítica en el fet que entre

tres o quatre productores es reparteixen el pressupost de produccions externes de TV3. Em sembla greu i vergonyós. I

passa des de fa molts anys per una sèrie de compromisos i de relacions amb persones que tenen prioritat davant d'altres. I tot això després

es vesteix amb uns pseudoconcursos ja dictaminats i marcats. Hi ha un munt de persones amb propostes interessants, però mai hi poden accedir perquè sempre hi ha els mateixos.

Seguim parlant de mitjans públics. Tu vas fer el *Versió* a Catalunya Ràdio entre els anys 1997 i 2005. Creus que s'estiren els cabells per haver-te deixat marxar?

No. Vaig creuar la Diagonal per una sèrie de canvis a Catalunya Ràdio i, també,

"HO VULL TOT PREPARAT, MIL·LIMETRAT. HO PASSO MALAMENT QUAN LA SITUACIÓ ES DESCONTROLA"

perquè era un nou projecte, una il·lusió. A RAC1 hi havia al·licients: era una emissora que encara no era líder, gent molt jove i, a més, treballava amb recursos amb els quals

no havia treballat. Podia tenir talls de veu del *Telenotícies* al moment. A Catalunya Ràdio llavors era impossible. Havies de parlar amb el cap d'Emissions que buscava un tècnic que buscava el tall, etc., i quan el tall arribava, ja havies acabat el programa. A RAC1, si ho volies, ho tenies. I si no tenies unitat mòbil, s'entrava per telèfon. En canvi, a Catalunya Ràdio tenies set unitats mòbils, però no hi havia cap tècnic disponible... Aquests recursos van donar una immediatesa al *Versió* que abans no tenia. Era una altra dinàmica.

Algun cop has definit el *Versió* com "un caos controlat".

Sempre m'han agradat La Cubana, El Tricicle o quan l'Andreu feia *El Terrat* a Ràdio Barcelona. Em fascinava aquell rotllo amb personatges. Ara bé quan, a Catalunya Ràdio, el programa va passar d'una a tres hores, no podia fer tres hores d'entreteniment i vam començar a barrejar-ho amb l'actualitat. És un caos controlat, però com deia un director que vaig tenir a Radio Minuto, "no hi ha millor improvisació que aquella preparada". Ho vull tot preparat, mil·limetrat. Sempre dic que els fonaments del *Versió* són d'en Xavier Sardà, de qui vaig aprendre l'exigència de tenir-ho tot apamat. Ho passo malament quan la situació es descontrola.

Tot i així, a vegades la vida es descontrola. "La mala notícia és que tens un limfoma, la bona és que un 90% es curen. Ja et pots vestir", et va dir un dia el doctor Bosch.

I em va costar pair-ho perquè aquell dia vaig al metge pensant que tenia un bony de greix sota l'aixel·la. Quan vaig haver de parar de treballar, vaig visitar la plaça Sant Felip Neri —que no coneixia—, l'edifici de Correus del passeig Colom, el restaurant *Els 4 Gats*,

i també aprofitava per trobar-me amb amics que feia temps que no veia. Gaudia de la vida i feia coses que fins llavors no havia pogut fer.

Vas dir que la lliçó del càncer és que s'ha de treballar menys i gaudir més de la vida, però has ampliat una hora més el *Versió*. Què no vas entendre?

(Riu.) És que la malaltia es va encavalcar amb la pandèmia i davant la davallada d'ingressos, l'empresa em va demanar si podia assumir una hora més de programa durant un any. I com que em van donar suport mentre estava de baixa, ho vaig acceptar. El programa ampliat va anar molt bé, i és clar, com tires ara enrere aquesta hora de més?

Has reconegut que no vols deixar RACI perquè tens despeses com la hipoteca, els estudis de la teva filla...

Des de fa uns anys, tinc una responsabilitat amb la meva dona, la meva filla i la meva mare, a qui ajudo a pagar el pis. Perquè, com a autònoms, als pares els va quedar una pensió lamentable. Per tant, no em puc permetre segons quines lleugereses. D'altra banda, de propostes de noves aventures professionals, amb un projecte seriós i un pressupost, només n'he tingut una. Era creuant la Diagonal i hi perdía molts diners. A més, a RACI sempre han tingut la voluntat que em quedés i m'han

"LA PASSADA TEMPORADA VAIG ANAR AL PSICÒLEG PERQUÈ TENIA LA SÍNDROME DE L'IMPOSTOR. TENIA PÀNIC A LES ENTREVISTES"

cuidat bé. I pel que fa a la televisió, tinc l'etiqueta que no funciono i, per tant, fa anys i panys que no m'han ofert res. Per tot plegat, com deixes un projecte com el *Versió*? Tinc algun projecte més atractiu? Doncs no.

Per cert, la teva entrada de Viquipèdia et defineix com a "presentador de televisió i ràdio, imitador i humorista". No hi diu "periodista".

Ara com que soc col·legiat d'honor del Col·legi, ja pot dir "periodista". No sé qui és que fa la meva entrada a Viquipèdia, però em sembla que està bastant deixada de la mà de Déu.

Alguna vegada has admès que tenies recança de no haver-te pogut col·legiar.

Ja fa uns anys que em sentia orfe. Si pogués tirar enrere, estudiaria Periodisme. Aquesta professió m'ha portat a fer moltes entrevistes i sempre m'hagués agradat tenir un nexa d'unió amb el Col·legi. Perquè jo entretinc la gent, si bé també em

"SOC HONEST. JO NO ENGANYO. CREC QUE ELS OIENTS EM VEUEN COM UNA PERSONA PROPERA QUE COMPARTEIX LES SEVES MERDES"

sento periodista. Tinc un bagatge, però em faltava que algú em digués que també soc periodista. Aquest és un dels motius pels quals vaig anar al psicòleg, per la *síndrome de l'impostor*.

Però Toni, el 2024, farà quaranta anys que fas ràdio. Has guanyat l'Ondas, el premi Ràdio Associació, el Premi Nacional de Comunicació... Quan vas dir al teu psicòleg que tenies la *síndrome de l'impostor*, no es va posar a riure?

Vam estar cinc o sis sessions fent teràpia. No exagero. A mi i a altres companys ens passa que tenim actituds rares, dèspotes o de mal humor degut

a la inseguretat de quan ens enfrontem al micro i anem a entrevistar a algú.

I encara ho notes?

No tant, ja que gràcies al psicòleg —hi vaig anar de setembre de 2021 a juny del 2022— ho he reconduït. En tenia tant, de pànic, que a les entrevistes volia que vingués el guionista i, segons com, li deia que seguís ell perquè jo no m'hi atrevia. La passada temporada vam anar al Romea a entrevistar a en José Sacristán i el pànic va poder amb mi. Només li vaig fer tres preguntes. Era incapaç de fer-ne més. Va arribar un moment que li vaig dir a l'África Pallero, productora del *Versió*, que no em posés

entrevistes. La *síndrome de l'impostor* fa que creguis que no et mereixes ser a on ets perquè no has fet prou mèrits. I això va lligat amb el fet de no haver estudiat Periodisme. Mentalment t'ho vas repetint i, unit a les crítiques a les xarxes socials, et va minant. Ara també m'ho passo malament, encara que m'ho plantejo des d'un altre punt de vista. I si hi ha gent que no vull entrevistar, doncs no ho faig. Ja em sento més segur de mi mateix.

No tothom reconeix que va al psicòleg, que té

càncer o que ha de pagar hipoteques.

Despullar-te públicament, et dona seguretat o senzillament ets honest?

Crec que és honestedat. Vull que la gent tingui la percepció que soc honest. Jo no enganyo. La meva percepció és que els oients em veuen com una persona propera que comparteix les seves merdes, des de la hipoteca fins al soroll que fa el veí de sota. I, a més, tampoc no soc de ningú. En aquest país de capelletes, jo soc com el meu pare, no em crec cap polític. Soc crític amb tots. Odio el periodisme sectari, el que ensabona. I, aleshores, com que segons quin tipus d'entrevista no la puc fer, doncs no la faig i em quedo tan ample.

Si a setze anys, a aquell nano que comença a la ràdio per un anunci que la seva mare troba a *La Vanguardia* li diguessis que acabarà sent el líder de la ràdio del grup de *La Vanguardia*...

Ostres, és molt bona aquesta, no hi havia pensat!

..que hagués pensat aquell nano?

Que era impossible. Sempre dic que soc un afortunat. He coincidit amb professionals dels quals he après molt. Soc un privilegiat en tot: la feina, em guanyo bé la vida, la sanitat pública m'ha pagat el tractament de la malaltia, tinc una filla fantàstica, un pare collonut, una mare que ja no mira pisos... No em puc queixar de res. Ç



QUAN NO ARRIBEM A TOT

El periodisme implica un ritme de feina que afecta la salut i la qualitat de la informació

TEXT ALBERTO GÓMEZ
IL·LUSTRACIÓ ANNA FALCÓ

El ritme intens que sovint va associat al periodisme, sobretot entre aquells que segueixen l'actualitat diària, provoca nombrosos problemes físics i mentals en professionals de la informació que, en molts casos, estan cremats. Cremats d'haver d'estar pendents del mòbil a totes hores. Cremats d'haver de fer, a corre cuita, diferents tasques al mateix temps. Cremats de no poder treballar una peça amb el rigor que es mereix. Cremats de treure hores de la vida familiar. Són tantes i tantes coses que, diferents persones de la professió, algunes més que respectades, fa temps que demanen que baixem el ritme.

“No puc”. “No arribo a la roda de premsa, la intentaré seguir des de casa”. “He tirat això sense poder-ho revisar”. “He hagut d'entrar en directe sense llegir-ho sencera”. Són algunes de les frases que, malauradament, s'escolten cada vegada més sovint entre diferents grups de periodistes. Causes? *Multitasking*. Teletreball. Periodistes-orquestra. O els efectes de la pandèmia. Però, en definitiva, periodistes estressats. Cremats. Que no arriben a fer la feina com els agradaria.

Hi ha experts en matèria laboral que asseguren que, a poc a poc, es van produint baixes mèdiques. En qualsevol cas, i tot i que no sempre es tradueixi en problemes físics o mentals, el que sí que abunda és la sensació d'esgotament. I d'insatisfacció. Perquè anar sempre tard o no dedicar a una tasca el temps que t'agradaria acaba frustrant.

“Els terminis són cada vegada més curts i, a la vegada, hem de tenir més nocions que

mai. Abans havies de redactar, locutar... I ara cal saber de disseny, de gestió i de calendarització de xarxes socials, continguts web, etc. Sense horaris. I amb despeses que

"HEM D'ALIMENTAR ELS WEBS CONTÍNUAMENT, I AIXÒ ET COMPLICA EL DIA SI VOLS ELABORAR UNA PEÇA AMB RIGOR" Laura Fàbregas, *The Objective*

t'obliguen a agafar feines que t'agradaria rebutjar”, explica María Bosque, periodista freelance que, actualment, publica diferents peces a *El Diario.es* i que reconeix que és una de tantes professionals que rep mails “a hores intempestives”. “El problema és que saps, tems, que si no contestes... ho farà un altre. Sentim l'exigència que hem d'arribar a tot. I és angioxant”, admet.

Bosque lamenta, però, que l'estrès no és propietat exclusiva dels freelances. Una postura que coincideix amb Bernat Vilaró,

periodista de l'Agència Catalana de Notícies. “Hi ha companys i companyes de tots els mitjans, de tots els suports (agències, ràdio, televisió, premsa escrita, digitals...) que anem cremats perquè no arribem a tot. I arrosseguem problemes físics (alguns per dur alhora l'ordinador, una càmera de vídeo, una

de fotos i un trípode), encara que també de saturació mental”, explica Vilaró.

De les pitjors coses que viu aquest redactor de política és, precisament, no poder dedicar prou temps a contextualitzar les notícies. No cuinar les peces a un foc més lent. Periodistes que cada vegada més es perden, per exemple, les trobades amb els polítics. “Molts de nosaltres no podem atendre bé els *offs the record* que es fan habitualment després d'una roda de premsa, ja que se'ns exigeix entrar en directe ràpidament. Pujar una primera entradeta del

ELS CONSELLS D'UNA PREMI PULITZER

Mar Cabra va aparcar la carrera com a periodista i es va certificar com a educadora en benestar digital per al Digital Wellness Institut. L'objectiu actual és educar per tenir una relació saludable amb la tecnologia. Imparteix xerrades i tallers per a diferents empreses i va crear la fundació The Self-Investigation per intentar que els periodistes no s'estressin. Des d'aquesta organització sense ànim de lucre, han assessorat més de vuit mil periodistes i treballen amb mitjans com *The Guardian*. "Falta molta feina per fer, però sento l'esperança de veure que, des dels mitjans, s'estan adonant del problema i estan començant a prendre accions per a resoldre'l. Que hi hagi compromís o interès és molt bona notícia", assegura.

I quins consells no para de donar, Mar Cabra, en el dia a dia? "No estem preparats per rebre alertes cada hora", insisteix Cabra, qui també recomana bones pràctiques com portar dos mòbils (per separar vida personal i feina) o consultar les xarxes socials per blocs i per franges de temps, i no totes a la vegada. O programar respostes, agendar converses i no fer-ho tot com si tot fos urgent. També establir pauses, espais on no estar pendants de res. I, sobretot, partir d'una premissa clara. "Ens hem de permetre espais de desconnexió. Perquè si ens cremem, si no tenim salut, no podem ser bons periodistes", assegura la guanyadora del Pulitzer.

teletip, una foto o un tall de veu. O gravar una crònica de seguida. I això perjudica la nostra feina i ens debilita en comparació amb els companys afortunats que sí que poden atendre l'*off*". I ja se sap que, moltes vegades, el que diu un dirigent polític

"EM VAIG CREMAR. I BONA PART DE LA CULPA TENIA A VEURE AMB LA HIPERCONNECTIVAT, AMB L'ALTA DEPENDÈNCIA TECNOLÒGICA" Mar Cabra

fora de micro és igual o més important que allò que diu quan les càmeres estan engegades.

Per a tots els periodistes consultats, el problema de les noves tasques és que roben massa temps a la principal tasca, que hauria de ser preguntar i explicar les respostes obtingudes. Laura Fàbregas, redactora de *The Objective*, veu els companys dels diaris digitals immersos en temes de foto, estil, SEO, enllaços interns i externes a altres notícies, etc. "Hem d'alimentar els webs contínuament, i això et complica el dia si vols elaborar una peça amb el rigor que t'agradaria. I així és com pots arribar, per exemple, a escoltar una roda de premsa de Pedro Sánchez... mentre penses en més temes per cobrir per a l'endemà", explica aquesta periodista catalana establerta a Madrid.

TENIR CURA D'UN MATEIX

I aquest panorama, té solució? Tota una Premi Pulitzer diu que sí. La periodista Mar Cabra va ser guardonada el 2017 per

la investigació dels "papers de Panamà". Amb tot, la seva carrera professional plena d'èxits amagava un final amb una enorme factura física i mental. Va haver de parar.

"Em vaig cremar. I bona part de la culpa tenia a veure amb la hiperconnectivitat, amb una alta dependència tecnològica" explica tota una professional que ja no vol tornar a una redacció. Perquè ja fa temps que va detectar tots els símptomes de la falta de desconnexió. I de la mala salut que això genera.

"Si som capaços, quan editem una notícia, de saber què és l'important i què no ho és, per què no ens ho sabem aplicar a nosaltres mateixos? Fa uns anys, per exemple, durant els caps de setmana només hi havia una persona de guàrdia a molts mitjans. Per què ara sembla que tots estiguin de guàrdia?", es qüestiona aquesta periodista, que ja fa temps que va deixar de creure en el famós "24/7".

2.400 MILIONS D'EUROS, PER A LA GESTIÓ DE L'AIGUA.

L'AIGUA NO CAU DEL CEL



El canvi climàtic provoca l'absència de pluja i períodes de sequera que seran cada cop més freqüents al nostre país. Això significa que hem de gestionar l'aigua millor que mai.

El Govern de Catalunya impulsarà la inversió de més de 2.400 milions d'euros en el Pla de gestió de l'aigua per augmentar-ne la producció, duplicar-ne la capacitat de la dessalinització i la regeneració, i modernitzar l'eficiència del regadiu.

Estalviar-ne és cosa de tothom.

sequera.gencat.cat

 **Generalitat
de Catalunya**

Per la sostenibilitat,
sempre endavant 



QUAN ES POT APAGAR EL MÒBIL?

Ja fa temps que la legislació francesa vigila amb lupa la connexió digital dels treballadors. El 2016, es va aprovar una llei que protegeix el “dret a la desconexió” dels empleats, als quals no es pot exigir que estiguin disponibles per a mantenir comunicacions, com trucades o correus electrònics, fora de l'horari laboral habitual o durant el temps lliure. Una llei similar es va aprovar a Espanya el 2018, si bé els experts consultats asseguren que, a la pràctica i en el món de la comunicació, es compleix poc o gens. Perquè la pregunta és, quan pot apagar el mòbil un periodista? “Evidentment, formem part d'un ofici meravellós, si bé ens obliga a estar en alerta les vint-i-quatre hores del dia. És complicat establir horaris. Amb tot, en determinades situacions, hem d'evitar passar massa temps treballant. Jo soc més de la cultura anglosaxona, la que veu que l'última persona a marxar d'una feina és la menys eficient”, explica María Bosque, que es va alegrar de l'arribada de la llei francesa. “Hem de fer passos cap a un objectiu tan bàsic com és tenir vida”, conclou.

María Bosque creu que part de la solució resideix en els mateixos professionals. “No podem dir que sí a tot. Hauríem de començar per ser responsables. Autocrítics. Posar el focus en nosaltres mateixos. Tractar de cuidar-nos. I, en comptes de treballar fins a les tantes de la nit, pensar que demà serà un altre dia”, assegura la periodista que, com a mínim, gaudeix d'una vida allunyada de les grans ciutats.

“Fa temps que vaig decidir traslladar-me a un poble petit. I sí, aparco davant de casa meua. Ara bé, les feines que em surten m'obliguen a fer llargs desplaçaments. I haig d'avançar la benzina”. I amb aquesta relativa tranquil·litat Bosque tracta de compatibilitzar vida personal i feina. “Si

“SI UN PERIODISTA NO PORTA UNA BONA VIDA, NO POT FER UNA BONA FEINA”

María Bosque, *elDiario.es*

aprenem, si arribem a fer moltes coses, ens semblarem a la gent del Renaixement. Però jo exigeixo, a canvi, temps. Temps per fer una feina de qualitat i temps per a mi. Si ens hi posem unes certes normes, podríem optar a unes millors condicions. I conciliar amb nosaltres mateixos”, demana a la vegada que resumeix, de manera eloqüent, que “si un periodista no porta una bona vida, no pot fer una bona feina”.

INFORMACIÓ MALMESA

Bernat Vilaró també reconeix que una part de la culpa “recau en els periodistes, sí, però realment és una problemàtica estructural i sistèmica. El periodisme és cada vegada més precari. I qui primer en pateix les conseqüències és la classe treballadora del sector. I en segon terme és sempre la ciutadania, en rebre una informació de menys qualitat”. El periodista de l'ACN insisteix en el fet que, si amb tantes situacions d'estrès surt perjudicat el periodisme, “el problema és que la mateixa informació, la que arriba a la ciutadania, arriba malmesa”.

“Hem de frenar”, quasi suplica Laura Fàbregas. “Quan publiques una peça et jugues el prestigi, el crèdit de la teua signatura. I, si estem a punt de publicar, però no tenim del tot clara tota la informació, si aquell dia tenim dubtes, hem de poder parlar amb les persones que calgui, resoldre tot el que necessitis i publicar-ho vint-i-quatre hores més tard, si cal, això sí, amb totes les dades”, explica la periodista de *The Objective*.

D'altra banda, Mar Cabra reclama que els mitjans estableixin dues estratègies amb els treballadors i col·laboradors. Per una banda, un marc d'expectatives de resposta. Quan contestar? Hi ha estudis que demostren que molts periodistes senten que han de respondre un missatge en menys de trenta minuts, termini habitualment més curt del que espera la persona que ha enviat el missatge.

I, per una altra banda, un marc de comunicació digital: “Hauríem de parlar dels nostres límits, de quan ens va millor rebre o contestar missatges i trucades. I establir per quins canals ens arribaran les comunicacions. En definitiva, igual que tenim en compte la piràmide invertida a l'hora d'escriure una notícia, també hauríem de tenir clara la nostra mateixa piràmide sobre què és urgent, què és important... i què pot esperar”.

Vivim temps de pur vertigen. De periodisme a tota velocitat. En què tot és per ara. O pitjor. Per ahir. Temps en què hem de córrer per diferents raons que no compartim i que de vegades ni entenem. I fent tantes coses a la vegada que ens assemblem a aquells artistes de circ que fan ballar nombrosos platets alhora. El problema és que, si els artistes s'acaben cansant, cauran els platets a terra. I si el periodisme cau a terra, tots hi sortirem perdent. Ç



ROYAL BLISS[®]

FREEDOM TO *Mix*



Cada mescla inspira.

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

JUDICI A LES NOTÍCIES FALSESES

Diferents condemnes contra els propagadors de mentides
obren una via legal contra les *fake news*

TEXT CARME ESCALES



Alex Jones, el 2013, durant una protesta a Dallas. Foto. Sean P. Anderson

El laberint de l'espai digital ha deixat en mans de tothom els continguts, manen els impactes propulsats de manera viral, encara que siguin creats des de l'anonimat o des d'identitats usurpades. No hi ha eines fortes, democràticament accessibles, ràpides i segures, per a rescatar la informació veraç i delatar els artesans de la mentida. I, en el caos de la Xarxa, enmig d'informacions sense fonts, el periodisme s'embulla, es confon i es desdibuixa. Més enllà del *fact-checking*, en els darrers mesos, però, diferents condemnes als tribunals han obert una via per lluitar contra els propagadors de mentides.

Internet ha donat a tothom el dret a informar i a desinformar, a publicar i a difondre informació verídica i falsa. Arran de la pandèmia de Covid, Brussel·les va alertar del perill de la sobreinformació sense control (*infodèmia*), per a la salut i la vida, sobretot per la dificultat de distingir les notícies falses que podien ser part de campanyes de desinformació intencionada.

Avui, per defensar el dret a rebre informació veraç recollit en la Constitució, no hi ha una resposta clara en la normativa legal. “No està regulat perquè hi ha límits constitucionals que no es poden excedir per no topiar amb la censura”, exposa l'advocat Marc Gallardo, president de la secció TIC de l'Il·lustre Col·legi d'Advocacia de Barcelona. Tampoc la definició de notícia falsa és “única i unívoca”, puntualitza. “Pot ser-ho qualsevol informació enganyosa, que no s'adeqüi als fets objectius, o que li manquin elements rellevants per poder-se fer una idea exacta del que es tracta, informació que no es correspon amb la veritat. Cal contrastar les fonts per difondre notícies veraces”, afegeix.

Des de l'àmbit legal, costa generar regulació penal al respecte, ja que implica regular sobre principis i drets constitucionals com el dret a la lliure expressió. El que sí que està regulat són els casos en què un contingut publicat afecta altres drets recollits en el codi

LA REGULACIÓ PENAL NO ÉS FÀCIL, JA QUE IMPLICA FER-HO SOBRE PRINCIPIS I DRETS COM EL DRET A LA LLIURE EXPRESSIÓ

penal. Són les calúmnies, les injúries, el discurs d'odi, les difamacions, o fer públiques determinades dades personals. En aquests casos, es poden prendre mesures legals per via penal o civil.

Ara bé, segons Gallardo, “la demanda no sempre és el més efectiu. “De vegades, el pitjor que pots fer és anar contra l'emissor de la notícia falsa. Demandant, pots aconseguir que s'embombi més la informació que no hauria d'haver sortit. Encara que es retiri, el mal ja està fet”. “No obstant, –prosegueix– si són fets molt greus,

la denúncia penal és la mesura adequada, perquè no pots conformar-te amb l'eliminació d'un contingut fals d'odi o calúnnia i, probablement, el client decidirà anar per la vida penal”.

PRIMERES CONDEMNES

L'any passat, Alex Jones, fundador del canal ultradretà InfoWars, va ser condemnat a pagar 965 milions de dòlars com a compensació a un grup de famílies que havien perdut algun ésser estimat en el tiroteig a l'escola de primària Sandy Hook el 2012, a més d'indemnitzar també un agent de l'FBI que va participar en el cas. Mesos abans, Jones ja havia estat condemnat, en una demanda paral·lela, a pagar quaranta-cinc milions de dòlars pel mateix cas i, anteriorment, va haver de compensar una altra família.

Jones va estar anys difonent que la tragèdia de l'escola de Sandy Hook –en la qual van morir vint nens i sis cuidadors– era un muntatge que tenia per objectiu que el Govern prohibís que els ciutadans tinguessin armes. Fins i tot defensava que els pares dels nens morts eren actors. Una campanya que, a part d'afectar anímicament els pares –alguns van rebre amenaces dels seguidors de Jones i fins i tot n'hi va haver que es van haver de canviar de residència–, va fer que Jones guanyés molts adeptes i un munt de diners (la seva fortuna es calculava entre 135 i 270 milions de dòlars). La sentència contra Jones es considera la primera contra una notícia falsa. La primera a Espanya va condemnar el passat novembre un guàrdia civil per difondre a les xarxes notícies falses contra els MENA (Menors Estrangers No Acompanyats).

D'altra banda, els 787,5 milions de dòlars que la cadena Fox News ha preferit pagar a l'empresa Dominion Voting Systems per evitar un judici per difamació, no haurien de deixar tampoc indiferents els artesans de les mentides. La informació difosa per la cadena de Rupert Murdoch involucrava els demandants en el suposat frau electoral que va donar la victòria a Joe Biden, amb la consegüent repercussió en la reputació de Dominion.

“És evident que els casos del guàrdia civil i el de la Fox són dissuasius i fan de la demanda una bona eina. En el primer cas, la



Manifestants protesten davant la seu de News Corporation, propietària de Fox News, acusant-la de mentir. Foto. Sarah Yenesel

demanda va de dalt cap a baix –de la Direcció General d’Atenció a la Infància i l’Adolescència (DGAIA) al guàrdia civil–, però quan el problema no va de dalt cap a baix o entre dos entitats molt potents, com en el cas de la Fox, què passa? I si són administracions, organitzacions, partits polítics, associacions, empreses o qualsevol entitat amb poder els qui difonen notícies falses?”, afirma Carlos Baraibar, sotsdirector de *La tarda de Catalunya Ràdio* i responsable del *Fets o Fakes*, unitat de verificació de dades de la ràdio pública.

“No tothom –prosegueix– té accés a un advocat i calen diners, temps i ganes de denunciar. És un camí perquè la gent s’ho pensi, que pot tenir repercussió, tot i així, si Trump decideix difondre, qui s’atreveix a anar-hi en contra?”.

ALEX JONES VA SER CONDEMNAT A PAGAR QUARANTA-CINC MILIONS DE DÒLARS PER HAVER NEGAT L’ASSASSINAT D’UN MENOR A CONNECTICUT

“La demanda o denúncia penal l’has de tenir molt ben armada”, reconeix l’advocat Marc Gallardo. A més –afegeix–, “segons on sigui el demandat, encara es complica més. No és igual si és aquí o a Singapur”. Gallardo considera que Hollywood ens han fet

molt de mal. “En una demanda has d’acreditar cada detall, els danys orals es valoren de manera molt insuficient, i els patrimonials no és fàcil. Per tant, contenir els danys, suprimir de la manera més ràpida la informació, és el més efectiu, i l’instrument jurídic moltes vegades no és la solució”, assegura.

L’APOSTA PEL FACT-CHEKING

“El *fact-checking* és la principal arma contra la desinformació, les mentides, les manipulacions i les notícies falses que té la ciutadania a través del periodisme”, diuen al *Fets o Fakes* de Catalunya Ràdio. Tal com explica Francesc Canals, periodista que fa dues dècades que estudia i divulga la ciberdelinqüència, “plataformes, com Twitter o Facebook, han creat departaments específics i sistemes algorítmics per poder detectar automàticament notícies falses”.

Canals és creador de Periodistas Reunidos, la primera agència d’Espanya de notícies estatal especialitzada en ciberdelinqüència. Ell parla d’una nova professió: els *fact-checkers* o *fake news hunters*, els *caçadors de falses notícies*, que des d’un mitjà de comunicació o en consultores externes donen servei a persones o empreses a les quals cert contingut difós a les xarxes pot haver danyat la seva reputació.

LES NOVES REGLES DE JOC DE LA UE

A partir del 2024, entrarà en vigor el Reglament europeu per a un mercat únic de serveis digitals que estableix unes obligacions per a les grans plataformes gestores de continguts. Injúries, calúmnies o informació falsa d'un negoci es podran denunciar a la mateixa plataforma i tindran l'obligació de fer-ne el seguiment. Totes les plataformes que s'adrecin a la Unió Europea s'hi hauran de sotmetre, encara que estiguin als Estats Units o a la Xina. Segons l'advocat Marc Gallardo, "s'eleva així a la categoria d'obligació i amb transparència, i més rigor que fins ara, la persecució de la desinformació. Això pot fer canviar les regles del joc i es podrà lluitar de manera més efectiva contra les notícies falses".

RepSCAN és una empresa que s'hi dedica. "Som un grup d'empresadors amb dotze anys d'experiència en la detecció i eliminació de producte fals. Fa dos anys i mig vam començar a treballar perquè les empreses i particulars, sempre amb base legal, poguessin eliminar contingut, fotografies o text que infringeix les normes de la plataforma o de la llei", explica Josep Coll, CEO de la companyia. Es tracta d'una empresa catalana, però amb oficines a Miami i a Los Angeles. "Atenem gent de tot el món perquè Internet és tot el món", assegura.

AL NOVEMBRE, LA PRIMERA SENTÈNCIA A ESPANYA VA CONDEMNAR UN GUÀRDIA CIVIL PER DIFONDRE A LES XARXES NOTÍCIES FALSES CONTRA ELS MENA

Amb la seva tecnologia, localitzen el contingut, i aportant la documentació adequada, el fan esborrar. "Actualment, tenim un 90% d'eficàcia amb base legal, has d'acreditar simplement que aquella informació és falsa", diu Coll.

EL RISC DE LES XARXES

Els mitjans de comunicació tradicionals, i tots els nous, en el terreny digital, amb les xarxes socials i contingut fet per tothom, són vasos comunicants. I paguen el risc de la interacció. "Informació, oci i experiències personals s'hi barregen. Tot tipus de fonts: governs, empreses de publicitat i mitjans, humoristes, i formats comparteixen espai sense cap filtre, i per als lectors és difícil saber qui parla. D'això se n'aprofiten les entitats més malintencionades, que, viralitzant, tenen una arma molt perillosa", afirma Alba Tobella, cofundadora de Verificat.cat, la primera plataforma de

fact-checking de Catalunya dedicada a confirmar fonts i dades de continguts ja publicats.

"Necessitem que la gent sigui conscient que no tot s'hi val", afegeix Tobella. "Si un lector creu que ens hem deixat alguna font rellevant, ens comprometem a rectificar-ho", afegeix. Sovint és contingut publicat en xarxes, però també dades que donen els polítics, o titulars que ningú qüestiona o desmenteix —com el *bulo* de Pablo Casado amb el català a les escoles—, perquè "s'ha perdut molt la tasca d'edició a dins dels mitjans", adverteix.

En paral·lel a la tasca de verificació, desenvolupen programes educatius per ajudar a identificar notícies falses. L'educació, precisa Gallardo, és clau en la lluita contra la desinformació. L'Agència de ciberseguretat de Catalunya no té competències pel que fa a notícies falses, si bé des del programa Internet Segura treballa materials de conscienciació i prevenció.

FENÒMEN A L'ALÇA

Les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies per crear i difondre continguts amb procedència difícil d'identificar són enormes, i no sembla que tinguin límit. Ho veiem amb el chatGPT i amb els sistemes de suplantació d'identitat amb la imatge, moviment i veu. Canals destaca també l'aparició dels mitjans de comunicació *zombies*, que ningú sap molt bé d'on han sortit, amb aparença molt creïble, creats expressament per difondre notícies falses. Es fan servir en la guerra bruta de l'espionatge polític o per divulgar rumors a través de cadenes falses. Quan t'envien una notícia falsa per WhatsApp, si la URL ve del que, aparentment, sembla un mitjà de comunicació li dones més credibilitat".

La persecució de les notícies falses traspasa fronteres. "Per als governs és un tema de primer ordre, de seguretat nacional, ja que s'entén que la desinformació pot alterar la democràcia, els equilibris econòmics, polítics i els estats d'ànims", conclou Canals. Tanmateix, darrerament, els tribunals comencen a obrir una nova via per perseguir-les. **C**

Més informació a:

www.ccma.cat/catràdio/fets-o-fakes › Unitat de verificació de dades de Catalunya Ràdio

www.periodistasreunidos.com › Agència de notícies estatal especialitzada en ciberkrim i ciberdelinqüència

www.repscan.com › Startup dedicada a eliminar contingut no desitjat a la Xarxa

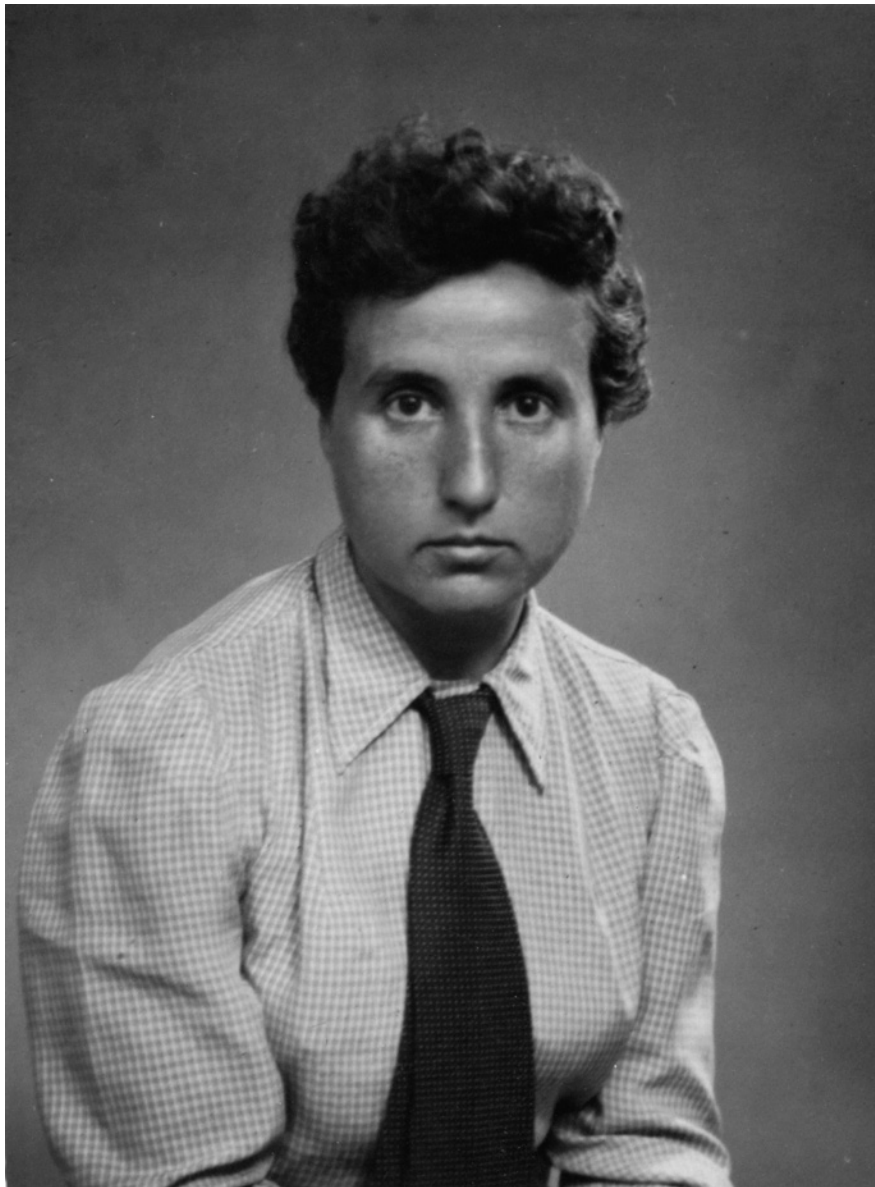
www.verificat.cat › Primera plataforma de *fact-checking* de Catalunya

UNA VIDA DE PEL·LÍCULA

La història, intensa i fins fa poc desconeguda, d'Anna Maria Martínez Sagi

TEXT **LAURA SAULA**

FOTOS CORTESIA DE **JUAN MANUEL DE PRADA**



Anna Maria Martínez Sagi en un retrat sense datar

Periodista, poeta, esportista, directiva del Barça, feminista, republicana i l'única fotoreportera espanyola que retrata la Guerra Civil des del front. La vida de l'Anna Maria Martínez Sagi va ser intensa, variada i, com tants coetanis seus, era un reflex del temps convuls. La seva va ser una generació combativa que va viure una Segona República agitada, la Guerra Civil i l'exili. I, com tantes altres, és una història oblidada en el passat que l'escriptor Juan Manuel de Prada va aconseguir rescatar a temps.

Quantes vides es poden tenir en una mateixa vida? Persones com l'Anna Maria Martínez Sagi són un clar exemple que la vida pot ser camaleònica fins a extrems totalment inimaginables. De poeta passa a ser campiona de llançament de javelina, directiva del Barça i reportera de guerra en pocs anys de diferència. Tota una sèrie de vivències que, durant dècades, cauen en l'oblit i es queden resguardades en el calaix dels records. Fins que un dia, finalment, surten a la llum.

Però, qui és l'Anna María Martínez Sagi? Nascuda a Barcelona el 1907 en una família burgesa, Sagi creix en un ambient refinat i gaudeix d'una educació en què

DE POETA PASSA A SER CAMPIONA DE LLANÇAMENT DE JAVELINA, DIRECTIVA DEL BARÇA I REPORTERA DE GUERRA EN POCOS ANYS DE DIFERÈNCIA

el castellà i el francès són les llengües de referència. Amb dinou anys, comença a publicar els primers poemes al *Suplemento Femenino* de *Las Noticias*, diari barceloní de gran tirada que publica en castellà i que és més aviat conservador.

La vena artística no tarda a fer-se reconeguda i de seguida destaca com a poetessa amb la publicació del primer llibre de

versos *Caminos* (1929). Fins i tot se l'arriba a considerar com l'hereva de Rosalía de Castro.

A partir d'aquest moment, Sagi guanya un nom en el panorama cultural de l'època, tot i tenir conflictes socials i familiars, perquè ben aviat mostra una predilecció per les dones i manté una relació amb l'escriptora Elisabeth Mulder, que es converteix en una de les muses dels seus poemes.

PERIODISME COMPROMÈS

Ara bé, a banda de la poesia, aviat Sagi comença a fer col·laboracions periodístiques en dues publicacions de l'època. Una és el setmanari *La Rambla*, de l'empresari Josep Suñol, i l'altra és *Crónica*, una revista il·lustrada de Madrid sovint titllada de "lleugera" i "sensacionalista" des de les files de l'esquerra.

En aquells moments, a *La Rambla* escriuen periodistes de renom com Rosa Maria Arquimbau o Anna Murià. El 1931, Sagi s'estrena en la publicació amb una entrevista a Leonor Serrano, advocada i pedagoga que durant la dictadura de Primo de Rivera havia estat desterrada.

Inicia, així, una sèrie d'articles en què la periodista entrevista tota mena de personatges, des de rodamons a prostitutes o polítics. Es declara partidària del sufragi femení i aborda tot tipus de temes controvertits del moment. Gairebé sempre entrevista a dones implicades d'alguna manera en la causa feminista, tant en l'àmbit intel·lectual com en l'esportiu, que és una de les seves passions.

ESPORTISTA D'ELIT

Sagi no només funda el primer club de dones treballadores de Barcelona, en el qual intenta ajudar a l'alfabetització, sinó que també és una destacada esportista que acaba sent campiona d'Espanya en llançament de javelina i plusmarquista nacional, a banda de practicar el tennis, l'esquí i la natació.

L'interès per l'esport és tan gran, que esdevindrà la creadora del Club Femení i d'Esports de Barcelona, una associació esportiva femenina de caràcter popular on s'aposta per l'esport com una via per a l'emancipació femenina. És un club únic en tot l'Estat. Això només és l'avantsala del que vindrà el 1934, quan amb tan sols vint-i-set anys es converteix en la primera dona membre de la junta directiva del Barça, de la mà del seu cap, Josep Suñol. Una aventura que té com a objectiu crear



Anna Maria Martínez Sagi jugant a tennis. També practicava l'esquí, la natació i el llançament de javelina.

una secció del club específica per a les dones, si bé acaba sent un fracàs davant del desinterès de la resta d'homes de la junta. Sagi només hi aguanta un any.

El que mai no deixarà de fer són les col·laboracions periodístiques a *La Rambla* i a *Crònica*. En aquest segon mitjà, els seus articles solen ser una mica més amables i no depenen tant de l'actualitat. No falten

AL PRINCIPI, ENTREVISTA MOLTES DONES QUE ESTAN IMPLICADES EN LA CAUSA FEMINISTA, UNA DE LES SEVES PASSIONS

peces en què comparteix una jornada en la vida d'una perruqueria o entrevistes a guanyadores de concursos de bellesa. Tampoc no falten seccions amb consells per a guardar la línia o les últimes xafareries del món de la faràndula, tot i que sempre amb un cert sarcasme.

A més, sovint evoca records costumistes de la seva infància, en una Barcelona on les mainaderes passejaven amb els nens de famílies benestants pel passeig de Gràcia.

ESTIL CONTRAPOSAT

“Com a periodista era una barreja entre Maruja Torres i Empar Moliner. Era unes ganes de reivindicar alhora que fer-ho passar bé”, descriu l'escriptor Genís Sinca a *Els Matins de TV3* el 2013. Però qui ha arribat realment a conèixer en profunditat Sagi ha estat

l'escriptor Juan Manuel de Prada, que la descobreix el 1998, quan ella es troba en una residència d'avis a Santpedor.

Durant un temps, Sagi li explica tota la seva vida, que queda plasmada en els llibres *Las esquinas del aire: en busca de Ana*

María Martínez Sagi (Planeta, 2000), *La voz sola* (Santander Fundación, 2019) i *El derecho a soñar: Vida y obra de Ana María Martínez Sagi* (Espasa, 2022). “Era una dona molt paradoxal que vivia en una tensió molt forta i amb moltes ganes de triomfar”, explica Juan Manuel de Prada.

D'una banda, la seva escriptura es dividia entre els escrits en català, a *La Rambla*, i en castellà a *Crònica*. “Però per l'educació que havia rebut, escrivia molt millor en castellà”, admet l'escriptor. A més, era una dona d'esquerres que provenia d'un món burgès. Aquesta dicotomia es traslladava també als mitjans on col·laborava: un d'esquerres com *La Rambla* i, més endavant, un marcadament lerrouxista, com el diari vespertí *La Noche*, fundat pel polític Juan Pich i Pon.

En aquesta capçalera, dirigeix la *Página de la mujer* el 1932, que només durarà tres mesos. Una feina que, curiosament, acon-



**Descobreix totes
les novetats editorials
al web de
Barcelona llibres**

barcelona.cat/barcelonallibres



Ajuntament de
Barcelona

segueix poc després d'haver participat a l'assemblea constituent del Front Únic Femení Esquerrista. Sigui per astúcia o per ingenuïtat, el cas és que Sagi s'assegura un espai a les dues trinxeres periodístiques del moment.

ESCRIU CRÒNIQUES DE LA GUERRA CIVIL A LA NOCHE I NUEVO ARAGÓN. FINS I TOT PUBLICA FOTOGRAFIES DEL FRONT A LA VANGUARDIA

Malgrat tot, no ha aconseguit emancipar-se i continua vivint al domicili familiar. Per això, el dia que l'Ajuntament de Barcelona convoca unes oposicions per a "escriptors mecanògrafs", no s'ho pensa dues vegades. Escriu a l'aleshores alcalde Jaume Aiguader, d'Esquerra Republicana, per a demanar-li una plaça. És així com, el 1933, s'incorpora com a funcionària de l'Ajuntament. A partir d'aquest moment, no se sap si per sol·licitud expressa de la institució o perquè té més tranquil·litat



Sagi practica l'esquí en una imatge sense datar.

econòmica, deixa bastant de banda les col·laboracions periodístiques.

Tot i això, mai deixa d'escriure del tot. Fa alguns textos amables per a la revista gràfica *Nuevo Mundo*, en què hi destaca un reportatge poètic sobre els jardins de Barcelona i, el 1935, s'incorpora com a externa a la revista *Brisas*, en què entrevista dones

esportistes de l'època i recomana exercicis de gimnàstica femenina.

FOTOPERIODISTA DE GUERRA

Tots aquests anys de tranquil·litat s'acaben amb l'esclat de la Guerra Civil, moment en què Sagi es radicalitza. Fins aleshores, sempre s'havia considerat republicana i catalanista però, el 1935, escolta una conferència de Buenaventura Durruti que la deixa fascinada i descobreix en l'anarquisme una solidaritat que no havia trobat fins aleshores.

Quan comença la Guerra, sol·licita al consistori que li permeti incorporar-se com a reportera a les columnes de voluntaris que aquells dies surten de Bar-

TORNA DE L'EXILI EL 1977, I VIU APARTADA EN UN POBLE DEL MOIANÈS FINS QUE JUAN MANUEL DE PRADA LA RESCATA DE L'OBLIT

celona cap al Front d'Aragó. És així com comencen a aparèixer les seves cròniques bèl·liques al diari *La Noche*, que ha estat requisat per la CNT.

Més endavant també escriu per al diari anarquista *Nuevo Aragón*. Són cròniques vibrants en què escriu sobre els avançaments de les milícies, descriu els pobles de l'Aragó o conversa amb nens o ancians que es va trobant pel camí. "És un periodisme molt combatiu i sectari, sempre bolcat amb la causa anarquista, encara

que sempre està atenta als aspectes més humans", assegura de Prada.

Però això no s'acaba aquí. Sagi també publica fotografies a la premsa. "M'atreviria a dir que és l'única fotoperiodista catalana i espanyola al front de guerra", assegura l'escriptor, que ha trobat diverses imatges seves publicades a la portada de *La Vanguardia*.

CAIGUDA EN L'OBLIT

Quan finalitza el conflicte, Sagi ha d'exiliar-se a França, on escriu en revistes de l'exili. "En els escrits veus que està molt ferida i desil·lusionada", explica De Prada. Aviat deixa del tot el periodisme i es dedica a escriure crítiques de llibres francesos en una revista catòlica, una altra de les seves contradiccions.

Durant els anys següents, arriba a fer feines tan diverses com pintora de carrer a Canes o cultivadora de flors aromàtiques a la Provença. Finalment, als anys cinquanta, marxa als Estats Units on exerceix de professora de francès i espanyol a la Universitat d'Illinois.

No torna a Catalunya fins el 1977, quan es jubila. Franco ja ha mort i ella ha caigut en l'oblit. Se sent com un espectre del passat en un país molt allunyat del que un dia va conèixer. Decideix passar els últims anys apartada

del món en un poble del moianès fins a la seva mort, l'any 2000. "Era una supervivent", reflexiona De Prada. Ell va rescatar-la de l'oblit perquè va saber d'ella per casualitat. La pregunta és: quants periodistes més continuen esperant a ser descoberts? Ç

Del 29 d'octubre de 2022
a l'11 de setembre de 2023





L'ART NOU

ITINERARIS DE L'AVANTGUARDA
A CATALUNYA A TRAVÉS DEL
FONS RAFAEL I MARÍA TERESA
SANTOS TORROELLA

Ho organitza:



 [@mhistoria_gi](#)
 [@museuhistoriagirona](#)
girona.cat/museuhistoria

Hi col·laboren:



EL SOMNI EFÍMER DE L'AUTOGESTIÓ

Quan el *Diario de Barcelona* va ser propietat dels periodistes

TEXT FRANCESC PONSÀ
FOTOS ARXIU SANTIAGO VILANOVA

enguany es compleixen quaranta anys de l'etapa autogestionària del *Diario de Barcelona*, conegut popularment com *El Brusi*, una experiència inèdita dins el periodisme català que va ser breu i poc reeixida pel recel d'una part dels treballadors amb aquesta forma de gestió. Fins aleshores, només havia existit la d'*El Correo de Pontevedra*. En aquestes pàgines, recordem aquella aventura periodística diferent que va existir al nostre país entre gener de 1983 i març de 1984.



Imatge del 21 d'octubre de 1980, sortida del primer número del *Diario de Barcelona*, dirigit per Joan Manuel Blanco. En primer terme, Santiago Vilanova i Alejo Cobo. A la pàgina següent, el primer i el darrer exemplar de l'etapa autogestionària

Durant uns mesos a principi dels anys vuitanta, els treballadors del *Diario de Barcelona* publiquen el rotatiu com a propietaris en compensació dels salaris impagats. La capçalera, la maquinària, l'arxiu i la part de l'edifici que l'antic propietari no s'havia venut van ser lliurats per l'administrador judicial als treballadors. Així s'inicia l'experiència autogestionària del diari barceloní.

Al llarg de la seva història, el *Diario de Barcelona* sempre ha estat una capçalera innovadora. Va néixer l'1 d'octubre del 1792 de la mà de Pedro Pablo Hussón de Lapezarán, un napolità resident a Madrid a qui Carles IV va concedir el permís per editar el diari i col·locar l'escut de la ciutat comtal a la capçalera. Així, es convertiria en el primer diari matinal d'aquest format a l'Estat espanyol i en un dels més llargs d'Europa amb més de dos-cents anys d'història.

La capçalera barcelonina va tenir diversos directors de prestigi intel·lectual com Antoni Brusi, Joan Mañé Flaquer o Miquel dels Sants Oliver, a més del poeta Joan Maragall, que va ser-ne secretari de redacció. Durant el segle XIX, va viure l'època més esplendorosa sota la direcció de la família Brusi, fet que va propiciar que es conegués popularment com *El Brusi*.

Amb l'esclat de la Guerra Civil, es va deixar de publicar fins al 1940 i, durant el franquisme, va ser controlat per la censura i va perdre la popularitat que havia tingut anteriorment. En la Transició democràtica, va patir moltes dificultats econòmiques que es van traduir en diversos canvis de propietari i en parèntesis sense veure la llum.

INICI DE L'ODISSEA

El 21 d'octubre de 1980, es va tornar a publicar *El Brusi*, després de quatre mesos sense sortir al carrer, sota la direcció de Juan Manuel Blanco. Segons Víctor Saura, Joan Carles Clarós i Xavier Vilà, autors del llibre *La crisi d'identitat d'El Brusi*. 1972-



1992: Vint anys d'història d'un *Diari de Barcelona* a la recerca del lector perdut (Diputació de Barcelona, 1993) l'etapa de Blanco no es pot considerar com a autogestionària.

“Els treballadors del *Diario de Barcelona* tenien les accions de Barcelonesa de Publicaciones, però el control de l'empresa

LA CAPÇALERA, LA MAQUINÀRIA, L'ARXIU I LA PART DE L'EDIFICI QUE L'ANTIC PROPIETARI NO S'HAVIA VENUT VAN SER LLIURATS ALS TREBALLADORS

l'exercia l'administrador judicial. Amb aquests paràmetres no es pot afirmar categòricament que *El Brusi* fos dels treballadors. No ho seria fins l'any 1983, quan Barcelonesa de Publicaciones es converteix en Publigraf, Societat Anònima Laboral, conservant els mateixos treballadors. La figura de l'administrador judicial desapareix i *El Brusi* es converteix en un periòdic realment autogestionat pels propis treballadors”, asseguren.

El 19 de març de 1981, el periodista Lluís Llobet va substituir Juan Manuel Blanco en el càrrec a instàncies de l'administrador judicial. L'etapa de Llobet va estar marcada pel sensacionalisme, per la pèrdua de decisió dels periodistes sobre els articles i per l'eliminació de les assemblees set-



manals. Això va significar una baixada de qualitat provocada pel desànim dels redactors i una progressiva pèrdua de lectors.

El gener de 1983, Llobet deixa de ser el director del *Diario de Barcelona*. El substitueix Santiago Vilanova, vell conegut de la redacció, que va ser triat per votació dels propis treballadors.

L'altre candidat que es va presentar va ser Darío Giménez de Cisneros, que havia dirigit *Interviú*. En els catorze mesos que

va durar l'etapa de Vilanova, *El Brusi* es converteix en un diari realment gestionat per treballadors de tallers, d'administració i els periodistes.

L'autogestió es va articular a través de la constitució de Publigraf SAL el març del 1983. Els treballadors, després de diversos judicis, es van quedar amb la maquinària, l'arxiu i la capçalera del diari. El capital social inicial va ser de 800.000 pessetes i les accions es van repartir equitativament entre tots els treballadors.

EL "LIBÉRATION" CATALÀ

Un dels primers canvis que va adoptar Vilanova com a director va ser la substitució de la capçalera tradicional per una que



LES NOVES VIDES D'EL BRUSI

L'1 d'abril de 1984, pocs dies després del tancament del *Diario de Barcelona*, Santiago Vilanova va escriure un article a *El Periódico* repassant l'etapa autogestionària que finalitzava amb un bri d'esperança amb la continuïtat del diari: “*El Brusi* no ha mort. És com el *Guadiana*”. I així va ser: el rotatiu va tornar a aparèixer amb diferents formats i propietaris.

El 1985, l'Ajuntament de Barcelona va comprar l'arxiu i la capçalera del diari a Publiagraf per vint-i-vuit milions de pessetes que van servir perquè els treballadors es refessin dels mesos sense cobrar. El consistori el va cedir al Grupo Zeta, que el va publicar íntegrament en català recuperant l'escut de la ciutat a la capçalera i denominant-lo *Diari de Barcelona*. Però les baixes tirades van produir diverses crisis i, de nou, va canviar de propietari i nom, per passar

a ser temporalment *Nou diari*. El gener de 1994, l'Ajuntament de Barcelona el va tornar a adquirir i el va publicar exclusivament en línia amb contingut relacionat amb la ciutat. El juliol del 2009, va quedar sota el control de *Betevé* i va acabar desapareixent.

Deu anys després, l'any 2019, l'Ajuntament de Barcelona i la Universitat Pompeu Fabra (UPF) van arribar a un acord de cessió per recuperar la capçalera en suport digital. La UPF es va convertir en una de les primeres universitats europees a tenir un mitjà de comunicació diari elaborat pels estudiants. Des de l'inici de l'activitat, la primavera del 2020, prop de cent cinquanta estudiants han passat per la redacció d'aquest mitjà digital. Actualment, el *Diari de Barcelona* és present als actes i rodes de premsa més rellevants de la ciutat i compta amb uns mil lectors diaris.

emulava el diari francès *Libération*. A més, es va reugar l'escut de la ciutat a la pàgina editorial. “Voliem un mitjà rupturista que trenqués amb el passat de la propietat burgesa representada per Barcelonesa de Publicaciones i amb un periodisme acomodaticí amb la Transició democràtica”,

"VAM HAVER D'INVENTAR EL PROCÉS AUTOGESTIONARI PERQUÈ A CATALUNYA NO HI HAVIA CAP EXPERIÈNCIA SEMBLANT" Santiago Vilanova

assegura Santiago Vilanova. El primer número, del 9 de març de 1983, va ser una declaració d'intencions en publicar a primera plana un cas de presumpte corrupció en el PSC.

Amb el nou disseny, es volia visualitzar l'inici d'una nova etapa en què els moviments socials tindrien el protagonisme que han acabat tenint en l'actualitat. “Vam

avançar-nos a parlar sobre economia circular, les energies renovables, l'agricultura biològica, els oligopolis energètics, la militarització de l'economia, els límits del creixement, la revolució digital, la colonització de l'espai, les noves formes de sindicalisme i de governança relacionades amb la crisi ecològica, els drets dels animals, etcètera”, recorda Vilanova.

Aquesta agenda temàtica valenta i innovadora no va possibilitar una gestió solvent: “Vam voler ser lliures, però la llibertat ens va dificultar tenir contactes amb les administracions i amb grups empresarials per intentar salvar el diari des del punt de vista econòmic i amb més mitjans aconseguir relançar-lo”, reconeix Santiago Vilanova. “Els partits d'esquerra no ens donaven suport. I el poder econòmic (elèctriques, bancs...) encara menys.

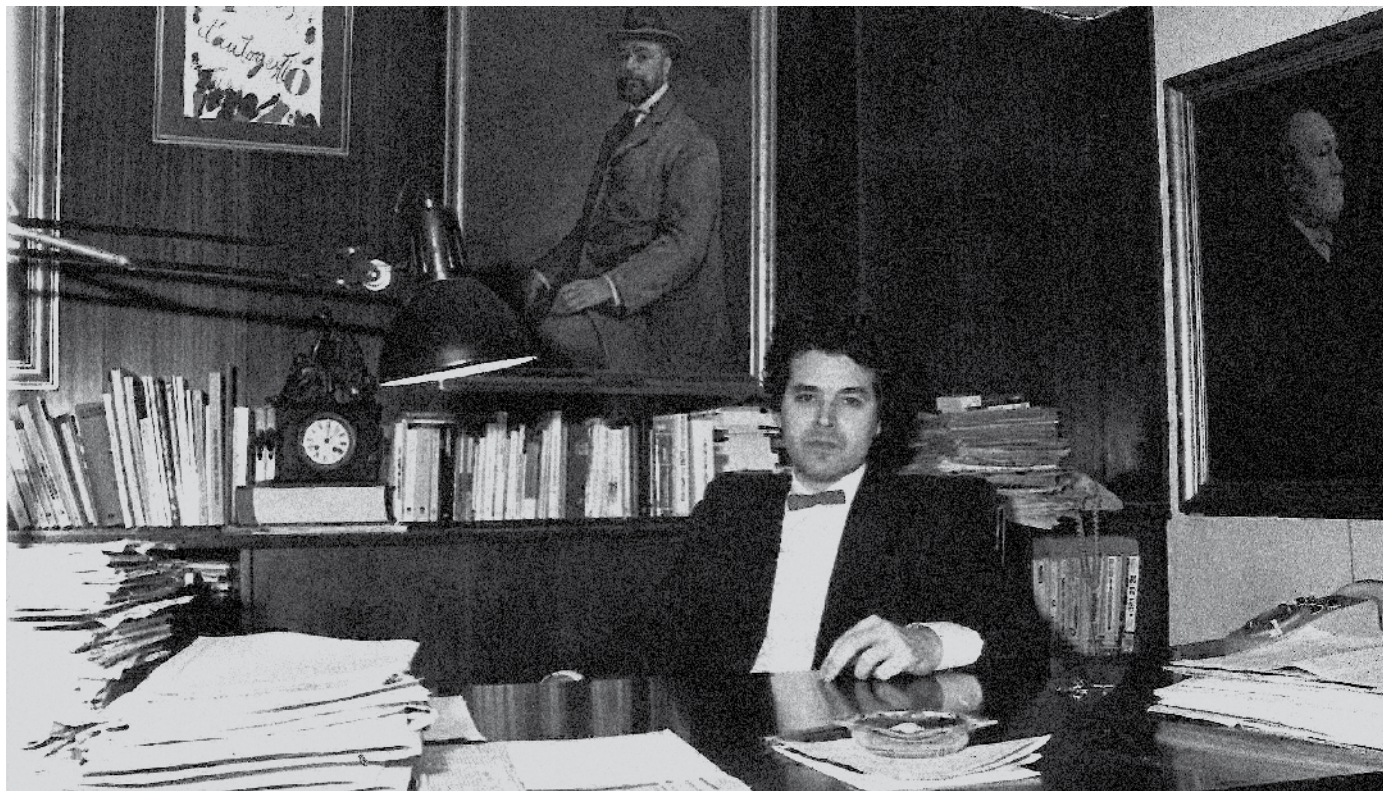
Les grans empreses ens veien com el dimoni”, afegeix Alfons Ribera, redactor d'*El Brusi* en aquella època.

Tot i tenir experiència en la lluita sindical i en la gestió assembleària, els treballadors del diari van haver d'afrontar un model empresarial que els era totalment desconegut. “Vam haver d'inventar el procés autogestionari, ja que a Catalunya no hi havia cap experiència semblant. I, lògicament, es van produir errors i deficiències”, admet Vilanova.

Durant els primers mesos de l'etapa autogestionària, es va poder subsistir gràcies als crèdits que va concedir l'Estat a les cooperatives laborals. Malgrat els entrebancs econòmics, Vilanova s'havia proposat aconseguir més qualitat a la redacció. Per això, va contractar periodistes de renom com Enric Bañeres —que va ser un dels referents del periodisme esportiu a casa nostra des de les pàgines de *La Vanguardia*—, Josep Català —durant molts anys redactor en cap de les pàgines de ciència de l'*Avui*— o Alfons Ribera —que va ser redactor en cap d'*El Periódico*.

Alguns dels periodistes que van participar en aquesta aventura autogestionària, a part dels ja esmentats, van ser Carme Alcalde, redactora en cap; Jaume Reixach, Barcelona-Catalunya; Eduard Pons Prades, Espanya; Lidia Vilalta, Internacional; Dolors Palau, Lletres; Fernando Ruiz de Villalobos, Espectacles; Josep Iglesias del Marquet, Art; Xavier Borràs, Dominical; Jordi Camí, Fotografia; Joan Blàzquez, Maquetació; Elvira Siurana, secretaria de direcció, i els dibuixants Bosch, Trallero i Ferreres. També hi van participar joves periodistes, com Carles Llorens, i experts en periodisme d'investigació, com Adolfo Barricard i Xavier Garcia, cofundador del Col·lectiu de Periodistes Ecologistes.

A més, entre els principals col·laboradors, hi destacaven Joan Oliver —*Pere Quart*—, Quim Monzó, Teresa Pàmies, Pere Calders, Imma Tubella, Marta Pessarrodona, Manuel de Seabra, Isabel Clara-Simó,



Imatge del 2 de març de 1984 amb Santiago Vilanova al despatx de director del *Diario de Barcelona*. A la dreta, el retrat de l'exdirector Joan Mañé i Flaquer

Rosa Fabregat, Francisco Candel, Anna Moix o Pilar Rahola, entre altres.

FINAL AGÒNIC

Tot i aquesta amalgama de redactors i col·laboradors, l'etapa autogestionària vivia moments agònics. Les vendes no acompanyaven i es va haver de reduir la tirada dels 15.000 exemplars inicials a 3.000.

“Pràcticament no teníem publicitat.

Per això no teníem ingressos forts i ens matava haver de pagar el paper”, recorda Ribera. Un any després, el 22 de març

UN DELS PRIMERS CANVIS QUE VA ADOPTAR VILANOVA VA SER LA SUBSTITUCIÓ DE LA CAPÇALERA TRADICIONAL PER UNA QUE EMULAVA *LIBÉRATION*

de 1984, es va deixar de publicar el diari perquè Papelera Española es va negar a subministrar-los bobines de paper premsa

al no poder entregar el taló conformat pel banc. L'últim número de l'etapa autogestionària va informar a tota portada de l'indult al periodista Xavier Vinader.

“ELS PARTITS D'ESQUERRA NO ENS DONAVEN SUPORT. I EL PODER ECONÒMIC ENCARA MENYS. ENS VEIEN COM EL DIMONI” Alfons Ribera

Els impulsors afirmen que els va faltar experiència en l'autogestió, més contacte amb la societat civil i més suport institucional. “Com que érem crítics amb el Govern del president Pujol no vam rebre cap subvenció de la Generalitat, ni per les pàgines en català

que publicàvem; ni se'ns convidava als actes i viatges oficials. En canvi, el govern municipal ens manifestava més empatia.

L'alcalde Pasqual Maragall ens va atorgar el Premi Ciutat de Barcelona de Periodisme. Ara bé, tampoc no ens va donar l'oxigen econòmic que demanàvem”, afirma Vilanova.

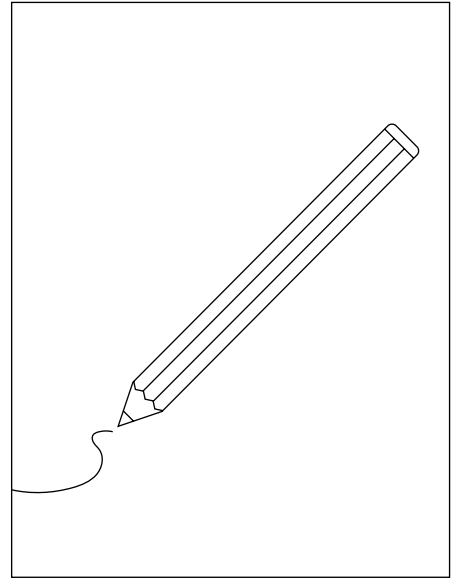
El final de l'etapa autogestionària del *Diario de Barcelona* dona lloc a una reflexió molt actual recollida

en un llibre per Saura, Clarós i Vilà: “La societat civil catalana, com a consumidora i lectora de diaris, volia saber els paràmetres de gestió d'una empresa o només exigia que el producte que li oferien als quioscos tingués una qualitat periodística i un interès per si sol?”, escriuen. Que cadascú contesti el que cregui. Ç

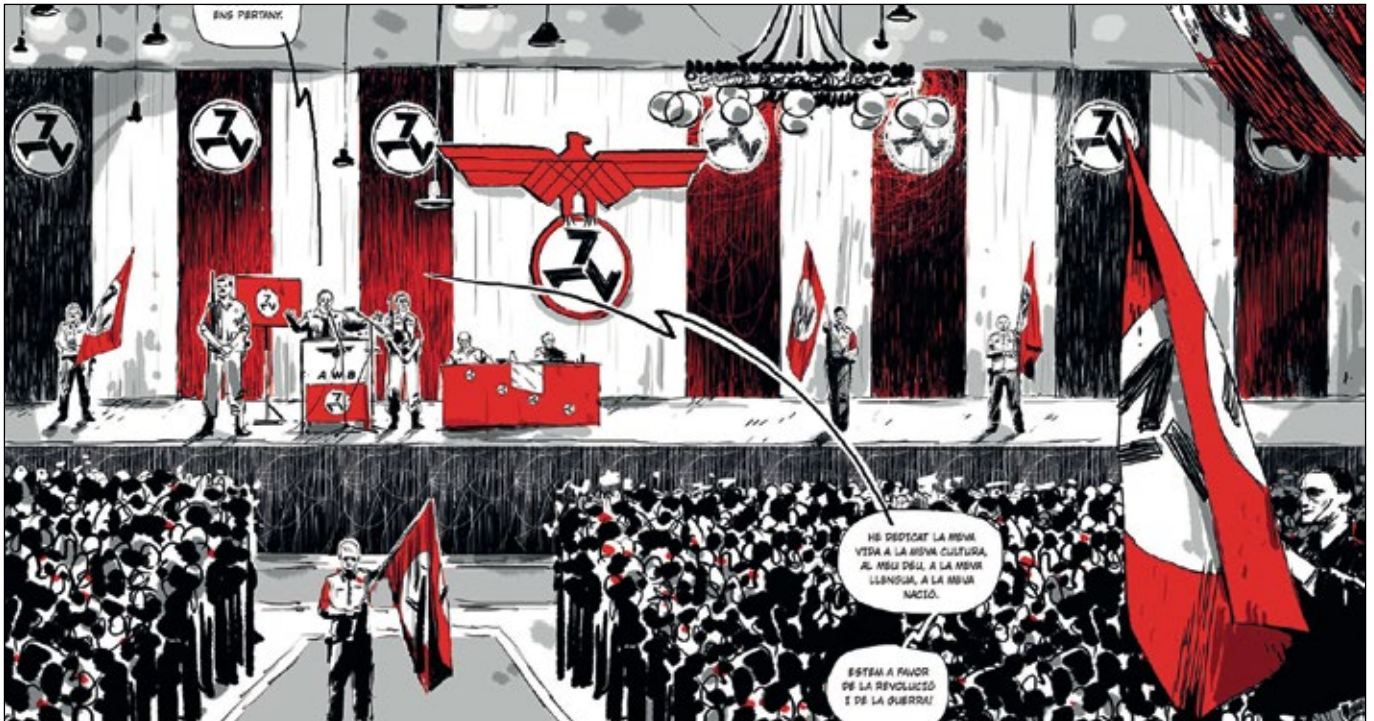
EL PERIODISME QUE ES DIBUIXA

El còmic i la il·lustració s'alien amb els periodistes per explicar històries des d'una altra perspectiva

TEXT FRANCISCO J. RODRÍGUEZ BAENA



Hi ha moltes maneres d'explicar una informació, i el dibuix, ja sigui amb il·lustració o mitjançant el còmic, pot ser-ne una. Als Estats Units i a França, ja hi ha autors i experiències consolidades, mentre que a casa nostra a poc a poc aquesta opció diferent, moderna i que trenca convencionalismes està obrint-se camí en l'àmbit periodístic. La tasca que estan fent editorials com Comanegra o Pagès Editors, per una part, o els premis de la llibreria Finestres i el del diari *ARA*, per una altra, demostren que hi ha un públic a qui agrada gaudir de les potencialitats que el dibuix aporta a una història.



Un detall del còmic *Mandela i el general* (Comanegra), sobre la figura de Nelson Mandela, elaborat per John Carlin i Oriol Malet.

Abans de l'adveniment de la fotografia, les cròniques i notícies anaven acompanyades d'il·lustracions. De fet, moltes guerres del segle XIX van ser immortalitzades per dibuixants enviats a les zones de conflicte que, com els actuals fotoperiodistes, eren els encarregats de posar cara a la contesa. Així va passar, per exemple, durant la guerra civil nord-americana (1861-1865), quan molts artistes, com Alfred Waud o Frank Vizetelly, van arribar al front armats amb quadern i carbonet per captar el dramatisme de la guerra. La fotografia, però, va anar guanyant espai, fins a convertir-se en la companya inseparable de la premsa. Tant és així que el dibuix als diaris va quedar relegat a les tires còmiques o les vinyetes satíriques que, amb molt d'orgull i de professionalitat, hi han mantingut viva la flama artística.

No obstant això, els darrers anys, hi ha hagut un canvi de paradigma respecte de la consideració del dibuix a l'hora d'explicar històries. És a dir, s'ha estès el convenciment que, a través de formats com la il·lustració o el còmic, es poden explicar tota classe de qüestions. “És un llenguatge amb un gran potencial expressiu que permet visualitzar coses que no es poden fer en un reportatge escrit”, destaca Xavier Serra, periodista de l'ARA, especialitzat en còmic i cinema.

Pel que fa al còmic, el procés va començar als anys vuitanta i noranta del segle passat, amb figures referents com Joe Sacco, dibuixant maltès resident als Estats Units. “Abans d'això hi havia una no-ficció al còmic, però sense la mirada periodística que va aportar Sacco”, recorda Serra. A partir d'aquí, el gènere va anar creixent, amb títols mítics de Sacco com *Palestina o Gorazde: zona protegida*.

Amb els anys, van sorgir iniciatives d'èxit com la revista francesa *La Revue Dessinée*, fundada el 2013, com a nexa entre dibuixants de còmic i periodistes i que té una versió italiana també reeixida. L'editor en cap de la revista, Franck Bourgeon, acostuma a dir que els lectors “esperen una altra mirada al món”, que és el que precisament els ofereixen de manera trimestral a través del format de còmic, historietes i notícies dibuixades de la revista. Per tot plegat, Serra parla de la “normalització del còmic periodístic”, tot i que avisa que, almenys de moment, a Espanya i Catalunya es tracta d'un àmbit encara poc explorat.

AMB EL QUADERN SOTA EL BRAÇ

Una altra disciplina artística que reflecteix la realitat a través del dibuix és l'*Urban sketching*, un gènere que consisteix a fer i compartir dibuixos de ciutats i paisatges que es visiten. Va ser Gabi Campanario, resident als EUA des de fa vint-i-cinc anys i hospitalenc de naixement, qui va posar-lo en marxa quan va arribar a

Seattle fa uns quinze anys. “Tot era nou i atractiu, i em vaig posar a dibuixar allò que veia”, rememora Campanario, que té una llarga trajectòria en el món de la premsa i que actualment treballa al *Seattle Times*. Aquella acció, i el fet de compartir les seves obres en fòrums d'Internet, va ser l'inici d'un moviment amb adeptes a tot el món.

ABANS DE LA FOTOGRAFIA, AL SEGLE XIX, MOLTES GUERRES EREN IMMORTALITZADES PER DIBUIXANTS QUE EREN ENVIATS AL CONFLICTE

“Una fotografia capta un moment, mentre que un dibuix capta una seqüència durant un període de temps”, explica Campanario. No critica, ni de bon tros, la fotografia, sinó que defensa les potencialitats d'una il·lustració. “*L'Urban Sketching* condensa diferents òptiques en una mateixa escena, tu ets el teu propi editor”, comenta Campanario, que reflexiona sobre allò que aporta un dibuix. “Provoca reaccions diferents i arriba al lector de manera especial”, defensa.

UN TÀNDEM A L'ALÇA

Sigui com sigui, la relació entre el periodisme i la il·lustració o el còmic és cada cop més estreta a casa nostra. Ho demostren els nombrosos treballs conjunts entre periodistes i dibuixants, un tàndem que cotitza a l'alça i que requereix una sensibilitat “molt bèstia” dels dos professionals respecte de la feina de l'altre, tal com destaca Oriol Malet, que dirigeix l'aposta pel còmic en català de l'editorial Comanegra i és col·laborador habitual a *La Vanguardia*. Ho diu amb la veu de l'experiència, la d'un dibuixant que ha

EL CÒMIC PERIODÍSTIC I DE NO-FICCIÓ ESTÀ AGAFANT VOLADA A CATALUNYA. EL PREMI FINESTRES I EL DE L'ARA EN SÓN LA PROVA

estat parella de ball de més d'un periodista per tirar endavant un còmic. Així va passar amb John Carlin, amb qui, el 2019, va editar *Mandela i el general*, un *best-seller* il·lustrat que narra el camí cap a la pau a Sud-àfrica.

“A vegades fa falta un guionista pont, o bé un dibuixant que sigui versàtil i capaç de transformar informació periodística en un guió de còmic”, destaca Malet. Hi coincideix la Susanna Martín, una il·lustradora que va fer tàndem amb el periodista Jordi de Miguel per fer un còmic sobre la presó Model. *Històries de la Model* és una

obra publicada enguany i editada per l'Ajuntament de Barcelona, en coordinació amb *Crític*, que condensa la turbulenta trajectòria històrica d'aquest penal. "La relació amb el Jordi va ser molt fàcil, perquè va demostrar respecte des del minut u per la feina

"FA ANYS QUE VEIG QUE FORÇA CAPÇALERES FAN SERVIR EL CÒMIC PER EXPLICAR HISTÒRIES QUE NO PODRIES FER DE CAP ALTRA MANERA" Oriol Malet

d'il·lustració", assenyala Martín. "El periodista fa la partitura i la il·lustradora ha de tocar-la", argumenta, al seu torn, De Miguel, que considera que l'informador "també és dibuixant". "Jo penso la vinyeta perquè ella pugui buscar solucions a llocs on t'has encallat", destaca.

De fet, aquest *Històries de la Model* ens serveix per endinsar-nos en les dinàmiques de feina entre periodistes i dibuixants. En el seu cas, hi ha un treball previ de documentació i entrevistes als protagonistes de la història. Tot això va donar com a resultat un



Un detall del còmic *Històries de la Model*, del periodista Jordi de Miguel i la il·lustradora Susanna Martín

HOMENATGE A JOSEP MARIA SERRA

El 6 de maig, es van complir cent anys del naixement del dibuixant Josep Maria Serra i el Col·legi de Periodistes celebra enguany aquesta efemèride. Nascut a la Garriga, va ser un referent de la il·lustració a Catalunya. No debades, va col·laborar a publicacions com *El Correo Catalán*, *La Hoja del Lunes*, *TBO*, *Mundo Deportivo* o *Fotogramas*, entre moltes altres.

Per homenatjar-ne la figura, de cara a la tardor, està previst que la seu del Col·legi a Barcelona aculli una exposició amb els seus treballs. La mostra està comissionada pel dibuixant Jaume Capdevila, àlies *Kap*, que destaca que Serra va ser un autor "polifacètic", encara que va tenir mala sort amb el temps que li va tocar viure, després de la Guerra Civil, amb el franquisme. Capdevila espera que aquesta exposició ajudi a treure de l'oblit un dibuixant que feia caricatures "molt modernes, picassianes".



guió elaborat per De Miguel, que va servir a Martín per reviuere el passat de la Model a través del dibuix. "Fer un guió és com escriure un reportatge", resumeix De Miguel. "Cal rigor per transmetre el lloc tal com era", afegeix. Així i tot, els detalls no ho són tot. "Estem fent art", recorda el periodista, que defensa que la il·lustració "mai es correspondrà al 100% amb la realitat", així com el periodisme "tampoc reflecteix la realitat tal com és", reflexiona De Miguel. És allò que deia Josep Maria Planes els anys trenta, quan es referia als detalls d'una història, els quals eren importants sempre que no se la carreguessin. "És una tensió maca entre els dos mons", conclou De Miguel.

D'altra banda, Malet ho té clar. "Primer és el guió", repeteix una vegada darrere l'altra, ja que aquest "és el que demana si el dibuix ha de ser molt virtuós". I és que, sovint, una il·lustració de molt alta qualitat pot descentrar o "molestar" el lector a l'hora de seguir la història.

Parlem sobre aquest tema amb el Jaume Barrull, de Pagès Editors, que destaca com el guió està agafant un pes crucial en el procés d'elaboració d'un còmic. "Primer mireu qui explica la història, i després ja busquem qui la dibuixa", detalla Barrull, que afirma



Portada i detall de *8 hores*, de Pepe Gálvez i Alfonso López, sobre la figura de Salvador Seguí

que el còmic periodístic i de no-ficció està agafant volada a Catalunya. “La història la tenim abans que l’il·lustrador”, referma. Amb tot, Malet considera que cada binomi periodista-il·lustrador ha de funcionar amb la seva pròpia dinàmica i que no hi ha receptes que assegurin l’èxit. “Ha de ser una relació bidireccional”, reitera.

EL CÒMIC I LA PREMSA

Ara bé, més enllà del còmic periodístic, quina és la relació d’aquest gènere amb la premsa? De Miguel apunta a la importància que un mitjà de comunicació digital com *Crític* aposti pel còmic per explicar històries. En aquest sentit, la sensibilitat de la premsa espanyola i catalana envers aquest gènere sembla que creix. Són “l’excepció”, avisa Serra, tot i que configuren un “xup-xup”, en paraules de De Miguel, que fa pensar que anem pel bon camí.

Sobre aquesta qüestió, Malet —que manté una “batalla personal” per potenciar la relació entre el còmic i el periodisme— es mostra optimista. “Fa molts anys que veig que força capçaleres fan servir el còmic per explicar històries que no podries fer de cap altra manera”, aporta l’il·lustrador, que destaca que *La Vanguardia*, on col·labora des de fa uns anys, “ha publicat diversos reportatges en versió còmic”. Qui també reivindica la feina del seu mitjà en aquest àmbit és Serra. En aquest sentit, recorda que l’*ARA* elabora, amb motiu del Saló del Còmic, una edició completament il·lustrada. “No hi ha fotos, tot són dibuixos i reportatges en forma de còmic”, assenyalava Serra, que creu que “val la pena intentar sortir de les convencions per no fer un diari avorrit”.

Tanmateix, no podem caure en l’engany de pensar que és ara quan el còmic està trobant acomodament a la premsa escrita. Ens ho recorda Malet, que reivindica les vinyetes de sàtira política i les tires còmiques dels diaris. “El còmic és cosí germà de la premsa; el còmic és periodístic”, sentència. Amb tot, hi ha qui pensa que encara hi ha molt de camí per recórrer. “Els mitjans de comunicació tradicionals no han descobert encara la potencialitat del dibuix”, apunta Campanario, que aprofita per reivindicar la feina de George Butler, artista que ha captat amb el seu llapis la desolació de la guerra a Síria i Ucraïna als diaris. “El dibuix ofereix quelcom diferent, cadascun és irrepetible”, defensa Campanario.

TRENCANT BARRERES

Un altre aspecte en el qual coincideixen tots els protagonistes d’aquest reportatge és que el còmic i el dibuix són llenguatges amb moltes possibilitats. Malet reivindica que a través de les vinyetes es poden explicar temes de tota classe. “És que no és una manera de rebaixar la complexitat d’un tema”, assevera Serra, que va més enllà i afirma que el llenguatge gràfic, a vegades, “permet transmetre més”.

“Som en un bon moment per trencar malentesos relacionats amb el còmic”, coincideix De Miguel, que el considera “una eina eficaç de transmetre històries”. Aquest periodista, de fet, posa sobre la taula l’etern prejudici que hi ha sobre les vinyetes, considerades un gènere menor, adreçat a explicar historietes de superherois o per a infants. “Hi ha un públic adult que vol històries potents, ja que potser abans no s’estaven explicant grans relats als còmics”, proposa Barrull, que fa valer la tasca de Pagès Editors i la seva línia de còmics que busquen “explicar històries, en català, siguin les que siguin”.

“ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ TRADICIONALS NO HAN DESCOBERT ENCARA LA POTENCIALITAT DEL DIBUIX” *Gabi Campanario, Seattle Times*

També, Malet, des de Comanegra, explica que se sol centrar en un *target* de lector que no llegeix còmic, “però que s’hi pot sentir atret per un de periodístic”. I posa l’exemple de França, on diu que han “intel·lectualitzat el còmic” fins al punt que hi ha gent que se’n compra perquè els interessa el tema que tracten, i no tant perquè en siguin lectors assidus. “Jo vull ser a totes les llibreries, no només a les especialitzades”, assegura.

Sigui com sigui, la importància del còmic periodístic es fa cada cop més palesa a certàmens com el Premi Finestres o bé el Premi *ARA* de Còmic en català, del qual Serra n’és el coordinador, i on el pes d’aquest subgènere del còmic és cada dia més **Ç**

QUI ERA SANT FRANCESC DE SALES?

Es compleix un segle del seu nomenament com a patró dels periodistes

TEXT MARTA SANTISTEBAN



Una representació de Sant Francesc de Sales en un vitrall

Cada any, el Col·legi de Periodistes celebra la festivitat de Sant Francesc de Sales, patró dels professionals de la informació. Un nomenament del qual es compleixen cent anys. Però, que sabem realment d'aquest antic clergue catòlic francès del segle XVI? En aquest article –premiat com el millor del *Report.cat* del primer trimestre d'enguany–, repassem la trajectòria d'un home que, a la seva època, va destacar per les capacitats d'oratória i d'escriptura, que li van permetre poder comunicar molt millor el missatge evangelitzador.

Sant Francesc de Sales és el patró dels periodistes i se celebra cada 24 de gener. Va ser el Papa Pius XI qui, el 1923, –coincidint amb el tercer centenari de la seva mort– li va atorgar aquest títol, tot recordant que “els periodistes han de mostrar en qualsevol moment que el rigor sempre ha estat unit a la moderació i la caritat, que era la característica especial de Sant Francesc”. Així doncs, el 2023, ha complert un segle aquest antic clergue catòlic francès, nascut el 1567, que representa l'esperit del periodisme en la nostra tradició.

Francesc de Sales era sacerdot a la regió calvinista de Chablais (situada a la costat sud del llac de Ginebra, a l'antic comtat de Savoia). En un lloc on es donava per

NASCUT EL 1567, VA EVANGELITZAR GRAN PART DE LA POBLACIÓ, A TRAVÉS DE L'ESCRITURA D'UNES OCTAVETES QUE REPARTIA A LES CASES

perduda la fe catòlica, ell va aconseguir evangelitzar gran part de la població, a través de l'escriptura d'unes octavetes que repartia a les cases, i gràcies a una gran tasca de suport i acompanyament a les persones més vulnerables. És per això que

la seva tasca s'assimila a la dels periodistes i escriptors. De fet, se'l considera el primer gran escriptor cristià des dels apòstols.

BISBE AUSTER I CAST

Lluny de ser una data discreta, l'onomàstica de Sant Francesc de Sales s'ha erigit com el Dia dels Periodistes a Catalunya. En un article al *Punt Diari* (l'actual *El*

EL 1661, ALEXANDRE VII EL VA BEATIFICAR I QUATRE ANYS DESPRÉS EL VA CANONITZAR. EL 1923, PIUS XI VA NOMENAR-LO PATRÓ DELS PERIODISTES

Punt Avui), el 24 de gener de 1985, el periodista Josep Collelldemont escrivia a Sant Francesc de Sales: “Allibereu-nos, gloriós sant, de caure en mans de grups de pressió, que ens vulguin utilitzar per a interessos particu-

lars. Manteniu i reforceu, que ja convé, la consciència que un país només pot ser democràtic si accepta sense condicions la llibertat d'expressió, tant per part del poble com dels governants. Doneu-nos, als professionals, una seriositat en la nostra

feina que ens porti a ser fidels a la informació, malgrat el risc que això moltes vegades comporta. I tragueu-nos, encara que ja sé que és demanar molt, aquesta mala fama que tenim de gent perillosa i perversa, de la qual cal allunyar-se com el dimoni. Amén”.

Sovint amb una vida nòmada i extremadament austera, Francesc de Sales deia estimar la pobresa i professava els valors cristians de castedat i sacrifici. La seva tasca a Chablais va tenir un èxit notable i la seva popularitat va créixer dins de les estructures de l'Església. El 1599, va ser nomenat coadjutor al bisbat de Ginebra i el 1602, després de la mort de Claudi de Granier, va ser ordenat bisbe de Ginebra.

UN GRAN COMUNICADOR

La proximitat de Francesc de Sales en els sermons i la tasca propagandística dels seus fulletons informatius havien calat profundament en la societat i, segons expliquen les Serves dels Cors Traspassats de Jesús i Maria, l'audiència va ser cada vegada més nombrosa. Segons el relat de

CRIDATS A COMUNICAR DES DEL COR

Quan volem ser formals i correctes, en les cartes que escrivim, ens acomiadem amb “cordialment”, una fórmula fàcil i útil que ens fa quedar força bé. Estic segur que l’escrivim sense pensar realment què vol dir. Jo, des d’aquest espai que m’heu ofert i que us agraeixo, us saludo i ho vull fer també cordialment, és a dir, des del cor.

Utilitzo aquesta fórmula per saludar-vos i no per acomiadar-me de vosaltres, i ho faig intencionadament per incidir en la importància de fer les coses sempre des del cor, en qualsevol lloc i moment de la nostra vida, especialment quan tenim la responsabilitat de comunicar. El cor, en sentit bíblic, és el centre de la persona, cal que vetllem el fons del cor perquè d’allí surt la vida (cf. *Proverbis* 4,23). Com ja deia el filòsof Pascal, coneixem la veritat no només amb la raó, sinó també amb el cor; i vosaltres que sou comunicadors, servidors de la veritat, no ho oblideu això.

Incideixo en aquest tema, en primer lloc, perquè ha estat el lema escollit pel papa Francesc per a la 57a Jornada Mundial de les Comunicacions Socials, celebrada el 21 de maig en la festa de l’Ascensió. El lema diu: “Parlar amb el cor, ‘en la veritat i en l’amor’ (*Efesis* 4,15)”. En segon lloc, perquè comunicar cordialment em sembla que és un desig de tot bon comunicador. I, en tercer lloc, perquè vull destacar una figura eminent que coneixeu bé, el patró dels escriptors i periodistes, sant Francesc de Sales.



Francesc de Sales –a la imatge un mosaic amb la seva figura– va morir el 28 de desembre de 1622 a l’edat de cinquanta-sis anys.



El papa Francesc és un gran admirador d’aquest sant, en el seu missatge s’hi refereix: “un dels exemples més lluminosos i, encara avui, fascinants, de ‘parlar amb el cor’ està representat per Francesc de Sales [...]. La seva actitud tranquil·la, la seva humanitat, la disposició a dialogar pacientment amb tothom, especialment amb qui el contradeia, el van convertir en un testimoni extraordinari de l’amor misericordiós de Déu”. I tot això tenint en compte que va ser un home amb un caràcter molt

“SANT FRANCESC DE SALES ESTAVA DISPOSAT A DIALOGAR PACIENTMENT AMB TOTHOM, ESPECIALMENT AMB QUI EL CONTRADEIA”

fort, que amb l’ajuda de Déu va ser capaç de suavitzar. Una de les seves afirmacions més cèlebres, “el cor parla al cor”,

ha inspirat generacions de cristians, entre ells sant John Henry Newman, que la va escollir com a lema.

El diàleg de cor a cor és urgent avui. Davant el bel·licisme actual, necessitem –com diu el Papa– “comunicadors no enrocats, sinó audaçs i creatius, disposats a arriscar-se per trobar un terreny comú on trobar-se”.

Parlar i comunicar des del cor propicia la trobada i permet comprendre l’altre i la realitat que ens envolta. Molts conflictes sorgeixen per una mala comunicació, per una mala interpretació de les paraules o per utilitzar senzillament paraules inadequades. Quan ens expressem amb agressivitat, es dona la reacció automàtica dels altres; podem provocar l’atordiment o, al contrari, més agressivitat, cosa que pot generar conflictes innecessaris. En canvi, si parlem amb respecte i amabilitat, obrint les portes del cor, rebrem ben segur una resposta similar. No sempre és fàcil aconseguir la calma i pronunciar paraules de pau, sobretot quan estem irats i incòmodes; però en situacions tenses, optar per un missatge cordial amb paraules de pau sòlides desconcerta l’altre i atenua el conflicte. Ens costa fer-ho, però fer l’intent val la pena. Jesús ressuscitat està sempre a l’aguait per ajudar-nos si li ho demanem. Confiem-hi. Moltes gràcies, benvolguts periodistes i comunicadors, per tot el que feu i pel que pugueu fer en el futur per crear aquestes condicions fraternes que el papa Francesc desitja per al món d’avui. Prego a Déu perquè faci de vosaltres servidors de la veritat i de la comunió.

Cardenal Joan Josep Omella Omella

Arquebisbe de Barcelona



Sant Francesc de Sales va ser un clergue de grans capacitats comunicatives

les Serves, la manera afable i amena que tenia d'explicar l'Evangelí l'havia heretat de la mare, qui li havia ensenyat catecisme a través d'exemples i narracions didàctiques que, més tard, ell repetia a la resta de canalla.

La vocació ja despuntava de petit i va impulsar les seves accions fins al final dels seus dies. Com relaten les Serves en una petita col·lecció d'articles sobre Sants i Teologia del Cor, Francesc de Sales va morir

COM QUE LA TASCA QUE FEIA S'ASSIMILA A LA DELS PERIODISTES, SE'L CONSIDERA EL PRIMER GRAN ESCRIPTOR CRISTIÀ DES DELS APÒSTOLS

a cinquanta-sis anys el Dia dels Sants Innocents (28 de desembre) del 1622, a Lió, on havia fet parada per atendre les religioses del convent de la Visitació.

El 1661, el Papa Alexandre VII el va beatificar i, el 1665, el va canonitzar i, des de llavors, se'l considera sant. Entre alguns dels llegats, hi destaquen els escrits de *Les controvèrsies*, *La Introducció a la Vida Devota* o *El tractat de l'Amor a Déu*.

UN OFICI EN TRANSFORMACIÓ

A banda de la creença religiosa particular, la història de Sant Francesc ressona encara en els nostres dies. Actualment, el periodisme continua essent, en gran part, un ofici vocacional. Ramon Besa, actual redactor en cap d'Esports d'*El País* i exmembre de la

Junta de Govern del Col·legi, reivindicava el passat mes de gener en una entrevista a RAC 1, la professió periodística, “desprestigiada en els últims temps, sobretot arran

de l'explosió de les xarxes socials”. “Estem en una fase de transició”, va afirmar. Ja en el seu discurs d'investidura com a doctor honoris causa de la Universitat de Vic, el 20 de juny del 2019, Besa carregava contra el “mal costum de no aixecar-se de la cadira per escriure la notícia” i animava les noves generacions de periodistes a “intentar ser honestos i decents, tenir una ètica i, sobretot, ser fidels a la signatura”.

En aquest sentit, Teresa Terrades, responsable de Cultura a *El 9 Nou* del Vallès Oriental, considera que la celebració del centenari del patró dels periodistes serveix per “reivindicar aquesta feina, sobretot en moments de canvis i de molta competència”. Per a Terrades, l'essencial en la feina com a periodista comarcal és “anar més enllà de la informació pura i dura, fer reportatges i donar sentit a comprar el diari: oferir informació que no es troba en una piulada”.

El periodisme que propugna Terrades és proper a la manera en què Francesc de Sales feia arribar la informació. “Per fer un bon periodisme de proximitat, cal conèixer la gent, estar al dia a dia del carrer, anar als llocs i tenir molts contactes. És així com crees una xarxa”, destaca.

En commemoració de Sant Francesc de Sales, el 24 de gener, el Papa Francesc va publicar una carta apostòlica i les diòcesis catalanes van celebrar la tradicional missa on es va recordar els col·legiats morts el darrer any. Ç

Dossier
Present i futur dels diaris en paper



PAPER PER ESTONA

La premsa impresa morirà...
però no serà avui

A final d'abril, *El País Semanal* publicava un reportatge central sobre el futur de la televisió en una època en què les plataformes de *streaming* semblen haver-li robat tant alguns formats com, sobretot, l'audiència menor de quaranta-cinc anys. Els diferents entrevistats responien, entre altres qüestions, sobre si la televisió estava morint. En paral·lel, fa encara més temps, quasi un quart de segle, que es debat sobre la possible mort del diari en paper malgrat que la tossuda realitat mostra com la majoria de capçaleres continuen al quiosc. Com s'ho fan? Durarà molt?



TEXT ADRIÁN CABALLERO

Hi ha noms il·lustres en el periodisme per llurs contribucions, en forma de reportatges, investigacions i innovacions per a la professió. I després hi ha Nicholas Negroponte, professor a l'Institut Tecnològic de Massachusetts (MIT). Aquest informàtic nord-americà, tot un apòstol de la innovació tecnològica, l'any 1995 va anunciar que el material imprès arribaria a la fi l'any 2000, amb l'entrada del segle XXI. Però els quioscos van continuar venent diaris i algunes capçaleres van obtenir molt bones xifres de difusió els primers anys d'aquest segle, fins i tot superant rècords d'anys anteriors.

Amb tot, Negroponte insistia en el seu vaticini: quan, l'any 2010, va ser investit doctor *honoris causa* per la Universitat Camilo José Cela va apuntar el 2015 com el moment en què la premsa en paper deixaria d'existir. Pel camí, uns anys abans Negroponte havia fet altres prediccions, com l'any 1998, quan preveia que Microsoft es dividiria “en diverses companyies”.

Error rere error, no han estat poques les vegades que persones alienes a la indústria,

com Negroponte, encara que també editors i periodistes, han vaticinat que els dies de la premsa impresa estan comptats. I sí, les dades són clares respecte a la reducció en vendes i als ingressos generats pel paper. Ara bé, ni investigadors, ni analistes, ni els mateixos directores de diari s'atreveixen ja a posar data a la fi del paper. “El diari

NICHOLAS NEGROPONTE, APÒSTOL DE LA INNOVACIÓ TECNOLÒGICA, VA VATICINAR QUE ELS DIARIS EN PAPER DESAPAREIXEREN EL 2000

imprès pot tenir molta vida; més de la que es pensava fa uns anys”, admet Ismael Nafria, consultor i expert en mitjans.

CAIGUDA GENERALITZADA

El que no nega Nafria ni ningú són les xifres de difusió i vendes dels darrers anys. Segons dades de l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació, en la darrera dècada, s'han perdut a Espanya prop de deu milions de lectors de diaris en paper o, el que és el mateix, dos terços

del total que tenia l'any 2012. Si aleshores 14,5 milions d'espanyols llegien la premsa impresa, la primavera de 2022 només 5,6 milions es declaraven consumidors d'aquest format.

Si trasludem la xifra de lectors al compte de resultats, observem una davallada dràstica en els ingressos dels diaris. Segons la Comissió Nacional del Mercat de la Competència (CNMC), si el 2012 els ingressos en la indústria dels diaris era de 1.947 milions d'euros, l'any 2022 havien caigut fins als 1.174 milions d'euros (gairebé un 40% menys).

I no és, en absolut, una qüestió adscrita a Espanya. “Malgrat que algunes capçaleres concretes estan fent una bona feina, les nostres investigacions suggereixen que els mitjans impresos estan patint en caiguda generalitzada”, afirma Rasmus Nielsen, director del Reuters Institute i professor de la Universitat d'Oxford.

EL SECRET DE L'ETERNA JOVENTUT

Al mateix temps que els experts consultats no s'atreveixen a donar per mort el paper, tenen clar les experiències que obtenen millor resultat per mantenir viva, en el millor estat de salut possible, la premsa en paper. Vet aquí l'estratègia:

🔄 Repensar el producte

Si, tal com apunta Rasmus Kleis Nielsen, director del Reuters Institute, els diaris en paper seguiran vius mentre “els ingressos superin els costos”, una manera d'assegurar una bona salut al paper és reduir pàgines i no sortir cada dia. Alguns mitjans arreu del món, com apuntava el cap de Comunicació de l'ARA en un especial publicat en aquest diari el setembre de 2022, ja estan provant aquesta fórmula amb èxit relatiu.

★ Valor de marca

Tant directores de diari, com Jordi Juan (*La Vanguardia*) o Juan Vall (*El Punt-Avui*), com investigadors apunten a la necessitat de posar el focus en “els avantatges que ofereix el producte imprès per sobre del digital”, en paraules d'Alfonso Vara, professor de la Universitat de Navarra. Per exemple, la jerarquització de les notícies, que posen en valor tant Juan com Vall, o la credibilitat que tenen les principals capçaleres.

📄 Print on demand

Malgrat que el paper encara té vida, la davallada de vendes dels darrers anys ha malmès la viabilitat dels quioscos, que troben la rendibilitat més enllà de la informació. “Els quioscos estan desapareixent i ho seguiran fent”, sentència Vara. “El gran desafiament és la impressió”, deia Juan A. Giner, fundador d'Innovation Media Consulting a l'especial del diari ARA, alhora que pronostica que si bé “el paper no morirà, les grans rotatives sí que ho faran”.

QUI COMPRA DIARIS EN PAPER?

Gràcies a Alfonso Vara, professor i investigador a la Universitat de Navarra, i un dels responsables a Espanya del Digital News Report, es pot dibuixar un perfil del comprador de diari en paper, que, segons dades de l'estudi de periodicitat anual és un 25% dels adults a Espanya.

“Els lectors de diaris en paper són homes de més de cinquanta-cinc anys, amb un nivell d'estudis alt i nivell d'ingressos mig-alt. No són a les xarxes socials i, políticament, es declaren més de centre-dreta i dreta que no pas d'esquerres”, descriu Vara a partir de les més de dues mil enquestes que realitzen anualment per a aquest informe, editat i coordinat des del Reuters Institute de la Universitat d'Oxford. Més enllà de les dades demogràfiques, Vara apunta que, avui dia, la compra d'un diari en paper “és una qüestió de rutina: em llevo i el compro per llegir-lo al matí o després de dinar”. En aquest sentit, Vara destaca que “més d'un 14% dels qui compren un diari hi estan subscrits”, mentre que la resta és venda directa.

És molt probable que, entre aquestes “capçaleres concretes” que, segons Nielsen, fan “una bona feina”, s'hi trobi el *The New York Times* que, en termes del negoci imprès, és, segons Nafria, “una molt bona referència”. En concret, Nafria, autor de *La reinvençió de The New York Times*, el 2017, detalla que si bé el mitjà nord-americà “cada any perd lectors i subscriptors impresos”, també és cert que “hi ha encara 730.000 persones amb una subscripció a l'edició en paper”.

EN ELS DEU DARRERS ANYS, ELS DIARIS EN PAPER A ESPANYA HAN PERDUT FINS A DOS TERÇOS DELS LECTORS QUE TENIEN

Tot i que, a poc a poc, les subscripcions impreses cauen a la majoria de capçaleres, encara suposen “una bona font d'ingressos” per als mitjans, com aclareix Nafria, perquè cadascuna d'aquestes subscripcions aporten més ingressos que moltes subscripcions digitals.

A casa nostra, l'exemple seria *La Vanguardia*. Segons explica el director, Jordi Juan, el diari té el doble de subscriptors

"ELS DIARIS EN PAPER CONTINUARAN EXISTINT MENTRE ELS EDITORS PUGUIN FER MÉS DINERS DELS QUE ELS COSTI" Rasmus Nielsen, Reuters Institute

digitals que en paper, però “per les vendes del diari i les subscripcions en paper, el paper dona encara més diners que l'edició digital”. A això cal afegir els ingressos per publicitat, una via molt més lucrativa en les edicions impreses que digitals, com confirmen tant el director de *La Vanguardia* com el d'*El Punt-Avui*, Joan Vall.

MITJÀ DE NÍNXL

Cap dels dos directors descarten deixar d'editar el diari en paper, com tampoc ho fan al *The New York Times*. Els directors han explicat “que mantindran el paper

tant de temps com tingui sentit”, revela Nafria. D'altra banda, Rasmus Nielsen segueix la mateixa línia pragmàtica, asseverant que els diaris en paper “continuaran existint mentre els editors puguin fer més diners dels que els costi produir i distribuir les còpies físiques del diari”.

Com s'ho faran, doncs, les versions en paper, per sobreviure si les dades ens diuen que, tard o d'hora, els ingressos seran inferiors als costos? Si més no, l'investigador

Rasmus Nielsen insisteix que cap de les investigacions mostren que la tendència negativa s'hagi de revertir. A Espanya, per exemple, i segons

una investigació del Reuters Institute que dirigeix Nielsen, només un 5% del públic identifica els diaris en paper com la principal font d'informació, per sota d'un 9% de 2018 o dels actuals 38% per la televisió i 49% per Internet.

Davant d'aquest panorama, Nielsen defineix els diaris en paper com “un mitjà de nínxol que té importància per a una part del públic cada cop més petita”. La clau, segons Nafria, passa per reconèixer que, malgrat que “el paper anirà de baixada, perdent lectors i no fent-ne de nous”, precisament aquest

format “té un públic important, que s'hi ha acostumat i que el valora molt”.

Un dels aspectes que encara atrau públic cap a l'edició en paper és la jerarquització de les notícies. “Si al web tot és més caòtic i desordenat, a l'edició de paper el lector troba seccions ordenades”, argumenta Jordi Juan, que apunta que, en el present i el futur, s'han de tenir en compte formats a mig camí entre el paper i el digital, com són els PDF. És a dir, la versió del diari en paper, amb paginació i jerarquització de la informació —portada, inclosa— però que es consumeix a la pantalla. “Poden baixar les



Els diaris en paper, tot i les prediccions catastrofistes de les darreres dècades, encara són una realitat. Foto: PxHere

vendes de les edicions de paper, si bé creixen les que es fan en PDF”, afegeix Juan, al temps que les dades del diari del Grup Godó detecta que una part important dels 85.000 subscriptors digitals “es descarrega l’edició del PDF per consultar-la en tauletes i mòbil”.

SENSE RESPOSTA CLARA

Precisament, aquest auge de l’ús de la versió en PDF dels diaris per obtenir una edició jerarquitzada de la informació és quelcom que també va detectar al setembre de 2022 el cap de Comunicació del diari *ARA*, Álex Gutiérrez, en un dossier especial sobre la premsa en paper en què

enumerava diferents exemples de diaris als Estats Units que estaven apostant molt per una versió híbrida en detriment del paper.

LA VANGUARDIA TÉ EL DOBLE DE SUBSCRIPTORS DIGITALS QUE EN PAPER, PERÒ AQUEST DARRER FORMAT DONA MÉS DINERS

D’altra banda, alguns dels mitjans que citava Gutiérrez han pres la decisió en els darrers anys d’aturar la publicació de la versió impresa tots els dies de la setmana. “Cal considerar si té sentit publicar tots els dies de la setmana”, insinua Nafria, sobre aquesta qüestió.

Sigui com sigui, i tot i que se’ls hi ha preguntat obertament, cap de les persones entrevistades s’ha atrevit a anar tan lluny com Nicholas Negroponte i, per tant, aquest reportatge no acabarà posant cap nova data a la mort del paper. Del «no tinc cap parer sobre

l’apocalipsi” de Joan Vall, director d’*El Punt-Avui*, al discret “no ens ho plantejem” del seu homòleg a *La Vanguardia*, passant pel pessimisme sense data fixa de Rasmus Kleis Nielsen i l’esperança de la “molta vida” que li pronostica Ismael Nafria. Ç

Dossier
Present i futur dels diaris en paper



ESPERANT EL PRIMER PAS

La pressió per la rendibilitat i la por a la pèrdua de prestigi condicionen la redefinició dels diaris en paper

Tot i la crisi dels diaris en paper, els grups editorials de l'Estat continuen mirant-se els uns als altres esperant que algú s'arrisqui a prendre decisions. La notorietat que confereix l'edició impresa i l'encara important volum dels subscriptors de paper endarrereixen uns canvis que els mitjans admeten imprescindible per a la sostenibilitat del model de negoci. Per contra, als Estats Units, diferents capçaleres ja han deixat d'imprimir-se, ho aposten tot al digital, o van als quioscos només uns dies i supleixen l'absència amb una versió en PDF –un híbrid entre el paper i el digital. Fins a quin punt aquestes alternatives poden implantar-se a casa nostra?



TEXT DAVID MESEGUER

“Seguim profundament compromesos a servir les nostres comunitats locals amb un periodisme de qualitat que cada dia arribi a més gent. Al mateix temps, ens estem adaptant a com els lectors d'Alabama volen avui dia la informació, la qual cada cop més es troba en un dispositiu mòbil i no pas en un diari imprès”, detallava en un comunicat Tom Bates, president d'Alabama Media Group. Unes explicacions que arribaven poques setmanes abans del passat 26 de febrer, quan les rotatives van imprimir per darrera vegada les quatre capçaleres del grup als estats d'Alabama i Mississipí.

Ara, a més dels continguts web, els lectors del *Birmingham News* o el *Huntsville Times* disposen diàriament d'un *e-diari* en format PDF amb la maquetació i l'estructura

ALS EUA, TOT I L'ELIMINACIÓ DEL PAPER, ES FA ENCARA EL PDF, UNA RÈPLICA DIGITAL. EL LECTOR VOL UNA LECTURA ORDENADA, JERARQUITZADA

de la versió impresa. Decisions estratègiques que també han pres altres diaris dels Estats Units com el *Montgomery Advertiser*, també a Alabama. Paige O. Windsor, editora del grup USA Today a quatre estats surens, explica que “cent edicions locals pertanyents al grup, entre aquestes l'*Advertiser*, han deixat d'imprimir-se el dissabte”. Com a alternativa, afegeix, ofereixen “una edició electrònica que és una rèplica digital del diari, editada i dissenyada els set dies de la setmana, amb funcions com l'ampliació de text, retalls d'històries, així

com l'opció de descàrrega perquè els lectors puguin consultar-la quan no tenen connexió mentre viatgen”.

Canvis en el model de negoci, en molts casos, forçats o accelerats per la pandèmia. “Distribuir els set dies de la setmana era,

A ESPANYA, MALGRAT EL NOTABLE DESCENS DE LA DIFUSIÓ I DELS INGRESSOS, POCs MITJANS HAN FET UN COP DE VOLANT ESTRATÈGIC

en gran part, possible gràcies als grans anunciants nacionals. Que torni a succeir depèn de la recuperació de la publicitat als mateixos nivells i, això, és poc probable”, indicava en una entrevista l'any passat Conan Gallaty, CEO del *Tampa Bay Times* que, amb una tirada de 240.000 exemplars diaris i guanyador de diversos Pulitzer, el març del 2020 va decidir reduir el paper a dimecres i diumenge, i oferir l'alternativa diària del PDF, a més dels continguts web. “Ara, el nostre producte imprès conté menys del que va passar el dia anterior. Al diari dominical, hi ha poc del que va succeir dissabte i més continguts en profunditat”, assenyalava Gallaty.

PRIMERA DIVISIÓ

Segons dades de l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC), responsable de l'EGM, el paper

ha perdut 8,6 milions de lectors des del 2008 i des del 2012 més de 6.000 quioscos espanyols han tancat. Però, tot i el notable descens de la difusió i dels ingressos generats per les versions impreses, pocs mitjans estatals han fet un cop de volant estratègic.

“Tothom ho estudia i fa prospeccions, tot i així, és una decisió molt difícil perquè el paper encara produeix publicitat, permet optar a determinats

ajuts i subvencions, a més de conferir prestigi al mitjà. Si ets una capçalera amb versions impresa i digital estàs a primera divisió. Si només ets digital, jugues en una altra divisió, i això condiciona la percepció del públic, de les institucions, dels polítics i del món empresarial”, apunta Ignasi Aragay, subdirector de l'*Ara*. “Hi ha unes inèrcies que potser són en una esfera més simbòlica, encara que existeixen i es tradueixen en prestigi i ingressos”, afegix.

D'altra banda, Isabel Garcia Pagan, subdirectora de *La Vanguardia*, creu que “els auguris d'alguns experts que aventuraven la mort del paper durant aquesta dècada no s'han complert per la capacitat de les capçaleres de reformular i fer complementaris tots els continguts en les diferents plataformes”. En el cas del diari del grup Godó, afirma que “el paper té un objectiu molt concret i diferent a la versió digital o al contingut per a xarxes socials”.

La decisió de reduir dies d'impressió que ha pres algunes empreses editores dels

Estats Units, Aragay i Garcia Pagan la veuen poc probable a casa nostra a curt o mig termini. “Desaparèixer en paper, encara que sigui uns dies, és una decisió molt dura i hi poden haver empreses temptades de fer-ho, ara bé, de moment, no fan el pas per no ser les primeres. Tot depèn de si tenen altres vies de negoci que generin ingressos i sostinguin el forat que pot generar el manteniment d’un diari en paper”, subratlla la subdirectora de *La Vanguardia*. “La tradició i l’aposta generacional i familiar del grup Godó no passa per aquí. Si per motius econòmics comences a reduir el compromís adquirit amb els lec-

tors, el més probable és que marxin abans que tanquis”, diu Garcia Pagan.

“El 2010, l’*Ara* ja va néixer amb la idea de crear un nou model de negoci que fes sostenible i, per tant, lliure el mitjà. És en aquest punt en el que nosaltres i la resta de capçaleres ens hem encallat més”, admet el director adjunt de la publicació. “Costa prendre una decisió. Per què desaparèixer uns dies i altres no? T’estalviaries el cost de la distribució i del paper, que déu n’hi do, però la producció i la mecànica que implica fer la versió PDF l’has de mantenir. Si a canvi perds subscriptors,

ingressos publicitaris o prestigi, cal mesurar-ho molt bé. És un problema que cap diari té resolt i ningú no té prou força o audàcia per fer un pas endavant que, en alguns casos, podria semblar un pas enrere i donar la sensació que ets un perdedor”, assegura Aragay.

TERRITORI I SUBSCRIPTORS

“Els diaris de paper sobreviuen gràcies a paraules com *hàbit*, *servei* o *comunitat*. No s’elimina tan fàcilment allò sembrat durant dècades, sobretot, per una encara sòlida premsa regional més lligada als ciu-



Molts mitjans locals dels Estats Units han reduït la seva presència als quioscos als darrers anys. Foto: Carl Lisciandrello / Wusf Public Media.

tadans i, en general, menys ideologitzada que la generalista”, argumenta Miguel Ángel Jimeno, professor de Periodisme de la Universitat de Navarra i consultor en el relançament de diverses capçaleres. “És un tipus de diari en què es troba la notícia, així com varietat de gèneres i maneres d’explicar. Donar carpetada a tot això que, per exemple, fa tan bé *El Diario Vasco*, no és fàcil, tot i que el sector ha d’afanyar-se a realitzar canvis per no haver de tancar la paradeta” explica Jimeno.

Segons Javier Errea, director de Errea Comunicació i consultor en el redisseny de capçaleres com *Libération* o *The Independent*, “el paper encara genera beneficis als diaris regionals perquè ara són tirades curtes i molt més concentrades i, per tant, la devolució és molt menor”. Errea destaca que per buscar l’equilibri financer, els mitjans, també els regionals, han buscat vies alternatives d’ingressos com el *branded content* o l’organització d’esdeveniments.

“Si ens fixem en les primeres posicions de l’OJD, els diaris arrelats al territori com *El Correo*, *La Voz de Galicia* o *La Vanguardia* estan resistint millor la baixada de la difusió”, destaca Garcia Pagan. “La voluntat generalista i els vincles amb el territori fa que tinguem 43.000 lectors subscriptors al paper els set dies de la setmana. Aquesta fidelitat, també dels 83.000 subscriptors només digitals, l’hem de correspondre

"FALTA CORATGE. EN L'ÈPOCA DE VAQUES GRASSES ELS DIARIS TENIEN MOLT A PERDRE, PERÒ ARA JA NO" Javier Errea, Errea Comunicació

amb un producte periodístic de qualitat amb característiques diferents per a cada plataforma”, comenta la subdirectora de la capçalera del grup Godó, alhora que remarca que els darrers mesos han sumat subscriptors de paper, tot i la tendència generalitzada.

En aquesta mateixa línia es posiciona Aragay: “Mentre hi hagi una demanda

important, nosaltres tenim un 40% de lectors que almenys un dia a la setmana estan subscriptors al paper i hem de donar-los servei perquè és una part important dels ingressos”.

MANCA DE VALENTIA

“El format del diari de paper no està mort perquè seguim maquetant-lo en PDF i el segueix llegint molta gent. De fet, hi ha dies entre setmana que es llegeix més que no pas diaris de paper venuts”, apunta el director adjunt de l’*Ara*. En aquest sentit,

"EL MÉS ATREVIT, VALENT O AUDAÇ POTSER MARCARÀ TENDÈNCIA I ES PRODUIRÀ UN EFECTE DOMINÓ" Ignasi Aragay, *ARA*

Aragay indica que, com passa als EUA, el PDF s’haurà de continuar fent tot i que s’elimini la versió impresa. “Hi ha un tipus d’usuari que vol seguir tenint una lectura ordenada, transversal, amb un recorregut per totes les seccions i la informació jerarquitzada i, això només ho ofereix el diari de paper tradicional, que és un molt bon producte”, subratlla.

A nivell empresarial, l’empresa editora de l’*Ara* sí que ha pres dues decisions importants: als quioscos del País Valencià, el diari només hi arriba dissabte i diumenge, mentre que a les illes, la redacció pròpia de l’*Ara Balears* elabora cada dia contingut digital i surt en paper dissabte amb una edició de cap de setmana. “És una revista de paper molt gruixuda i completa semblant a un exemplar de diumenge amb molts suplementos”, detalla Aragay, qui creu que probablement el futur del paper anirà cap aquí amb “versions de cap de setmana més *arrevistades*”.

El subdirector de l’*Ara* també subratlla la dramàtica desaparició dels punts de venda com un dels principals problemes

que afronta el sector. “Com passa en altres territoris, s’hauria de trencar el monopoli i poder vendre diaris a llocs com el forn de pa. No pot ser que facis un producte i que no sàpigues on vendre’l o que la gent no el trobi”, es lamenta.

“Més enllà del romanticisme, només els diaris impresos tenen portada, els digitals no. I això és un tema fonamental. Té una transcendència molt més gran del que sembla. Què va passar ahir? Recorrem a un diari en paper per saber-ho”, explica Errea. “A nivell de digestió de la informació, d’ordre mental o d’hemeroteca, el paper té tota una sèrie d’avantatges que els mitjans encara no han estat capaços de monetitzar. És aquí

on hi ha el moll de l’os. Caldria estudiar format, qualitat de paper, d’impressió... és un tema molt complex que va molt més enllà de la simple reducció de despeses i de fer una edició en PDF”, argumenta aquest consultor.

Errea també assenyala que en molts projectes en què ha participat, ha proposat fer un periòdic de trenta-dues pàgines. “Quan ho plantejo, em miren estupefactes. I jo entenc perquè no compren la idea. Tenen pànic, perquè si la competència en té quaranta-vuit... Som en un moment en què totes les capçaleres estan mirant-se i moltes copiant-se els dissenys. Falta coratge. La reflexió ha de comportar valentia. En l’època de vaques grasses els diaris tenien molt a perdre, però ara ja no”, reflexiona. “El més atrevit, el més valent o el més audaç que primer prengui una decisió, potser marcarà tendència i es produirà un efecte dominó”, conclou Aragay. ☞

Dossier
Present i futur dels diaris en paper



ENGANXATS A LA PANTALLA

La manera d'informar-se dels joves els exposa a una menor concentració i a una informació més disgregada

Els joves ja no llegeixen diaris en paper. Ni s'ho plantegen. En canvi, es passen un munt d'hores al dia enganxats a la pantalla, sobretot la del mòbil, on consumeixen la informació que els arriba, sovint a través de les xarxes socials. Però, què implica, a nivell cognitiu, aquesta nova manera d'informar-se. Es poden concentrar igual? Estan més ben informats o, al contrari, el que consumeixen són notícies disgregades i insubstancials? I fins a quin punt, en no llegir diaris elaborats per professionals de la informació, és més fàcil que es creguin notícies falses de les quals no saben quina és la font?



TEXT MARGA DURÁ

Un jove llegint un diari s'acosta cada cop més a la categoria de fet noticable. Per excepcional i insòlit. Les noves generacions fugen del paper i s'informen únicament als mitjans digitals amb un patró de consum que no s'havia vist abans. Un patró que també segueixen els adults i que està canviant la nostra manera d'entendre el món i, fins i tot, la manera com el cervell processa la informació.

Navegar per Facebook. Trobar una notícia interessant. Llegir el titular. Contestar un WhatsApp. Canviar de cançó a l' Spotify. Tornar a la notícia per mirar l'entrada. Decidir sobre què va el tema i posar-li un M'agrada a aquest gatet tan bufó que juga amb un gosset igual de bufó a Instagram. Indignar-se per aquesta notícia de Twitter de la qual només es llegeix el titular, l'entrada i el primer terç si són generosos. Aquest és el consum habitual de notícies dels joves. I no ens resulta aliè a la gent gran, que tampoc desenganxem el nas de la pantalla. La diferència? Que els nadius d'Internet ni es plantegen que existeixi una altra manera d'informar-se.

COM S'INFORMEN ELS JOVES

Per què els joves no llegeixen diaris? Aquesta és la pregunta que es va formular Sonia Parratt el 2010 i que va acabar sent el títol de l'estudi que va dur a terme. Aquesta professora titular de redacció periodística per la Universitat Complutense de Madrid feia temps que observava com els seus alumnes, que aspiraven a ser periodistes, no mostraven el més mínim interès pels diaris i tampoc gaire per la lectura en general. La seva investigació va concloure que, “per a un 40%, la causa principal de desinterès és la convicció que els continguts dels diaris estan excessivament polititzats i que no tenen objectivitat”.

Una altra de les raons és que la premsa no aborda els temes que els representen. “Veuen els mitjans tradicionals i els seus continguts com una cosa que no va amb ells, allunyada del seu món. Els interessa la informació que els afecta directament i això no ho troben als mitjans convencionals”, assegura Andreu Casero-Ripollès, catedràtic de Periodisme de la Universitat Jaume I de Castelló i autor de diferents estudis de referència sobre el tema.

Perquè, contràriament al que es creu, els joves volen estar informats. Aquesta és una de les conclusions que es desprenen de l'estudi *Les noves maneres de consumir informació dels joves* (2015) de Bárbara Yuste. “És mentida que no consumeixin informació,

EN EL SEU CONSUM INFORMATIU NO HI HA CAP PORTADA NI SECCIONS. LA JERARQUIA VERTICAL QUE IMPOSEN ELS DIARIS ES DIFUMINA

que és el que sempre s'ha dit. Ho fan, si bé la busquen en un altre lloc que no són els mitjans tradicionals”, assegura Yuste, experta en comunicació digital.

NOTÍCIA CERCA LECTOR

“Els joves s'han orientat cada vegada més cap a les xarxes socials per informar-se. Són espais on circulen les notícies desempaquetades i, sovint, són compartides pels usuaris. Això fa que les informacions busquin els joves i no al revés. Suposa un canvi al paradigma de consum. Ara les

notícies troben les audiències i no a la inversa”, il·lustra Casero-Ripollès.

Per a les generacions més joves, descarregar l'app d'un diari o entrar a la pàgina web d'un mitjà en línia és una cosa que ni es plantegen. “No els interessa el mitjà. No donen un valor especial al mitjà com a marca. El que els interessa és el contingut. El mitjà com a tal s'està convertint en una *commodity* o una mercaderia que pot ser fàcilment substituïble per una altra (per un altre mitjà)”, aclareix Casero-Ripollès.

La informació, l'entreteniment, els escrits, els mems els youtubers, els

tiktokers i els instegramers conviuen en un consum d'informació desendregat que trenca amb el paradigma anterior: no hi ha cap portada ni seccions. La jerarquia vertical que imposen els diaris es difumina. Només cal analitzar les notícies més vistes de qualsevol mitjà en línia. Moltes no haurien arribat ni a breus a la redacció d'un diari. “Aquestes distincions ja no existeixen. Els joves no entenen ni que és una portada. Ells consumeixen fets solts. S'informen del que els agrada, i això augmenta la polarització. No tenen una visió global del que passa”, assenyala Parratt.

El puzzle desdibuixat del món en què vivim permet que passin algunes peces falses. Segons Casero-Ripollès, “diversos

“TENEN MÉS PROBLEMES PER DIFERENCIAR I DISCRIMINAR LES NOTÍCIES FALSES”

Andreu Casero-Ripollès, Universitat Jaume I

estudis, alguns realitzats pel meu grup de recerca, mostren com els joves tenen més problemes que les persones de més edat per diferenciar i discriminar les notícies falses. La seva manca d'experiència i la tendència a consumir notícies a les xarxes socials prescindint de la intermediació dels periodistes poden explicar el fet. Del que no hi ha dubte és que l'edat és un factor condicionant en els efectes de la desinformació”.

MENYS CONCENTRATS

Aquest pica-pica en què s'ha convertit el consum d'informació s'associa a una manca de reflexió, però és la causa o la conseqüència del suport digital? És a dir: parem menys atenció perquè tenim més estímuls o estem tan acostumats a aquests estímuls que hem perdut la capacitat de parar atenció?

Aquesta és la qüestió que es va plantejar el 2010 l'escriptor nord-americà Nicholas G. Carr quan va ser conscient que cada

vegada li costava més concentrar-se en la lectura. Va parlar amb els seus amics i va descobrir que no estava sol, que era un mal generalitzat

del qual ningú parlava. El fruit de la seva inquietud va germinar al llibre *Superficiales. ¿Qué està haciendo Internet con nuestras mentes?* (Taurus, 2017).

“EL MÉS IMPORTANT ÉS LLEGIR, SIGUI EN EL FORMAT QUE SIGUI, PERQUÈ ÉS LA MANERA QUE TENIM D'ACCEDIR A LA CULTURA”

David Bueno, UB

La seva resposta a la qüestió no és agradable: el mòbil ens està tornant més ximpls o, dit més finament, “la multitasca, instigada per l'ús d'Internet, ens allunya de formes de pensament que requereixen reflexió i contemplació, ens converteix en éssers més eficients processant informació, però menys capaços d'aprofundir en aquesta informació i en fer-ho no només ens deshumanitzen una mica sinó que ens uniformitzen”.

Carr argumenta que la plasticitat cerebral, que ens permet generar noves connexions a qualsevol edat, fa que, al llegir en suports digitals, el nostre cervell creï nous circuits i una nova forma de pensar. “Els canals d'informació proporcionen la matèria del pensament, encara que també modelen el procés de pensament. I el que sembla que està fent el web és afeblir la capacitat de concentració i de contemplació. Estigui en línia o no, la meua ment ara espera absorbir informació de la manera com la distribueix el web: en un flux veloç de partícules”. Carr va més

enllà en la famosa afirmació “el mitjà és el missatge” de Marshall McLuhan i assegura que el mitjà, el web, ens està canviant com a

individus i com a societat. I no precisament per a ser millors.

PROBLEMA D'ATENCIÓ

De totes maneres, no tots els teòrics comparteixen aquesta visió tan poc optimista. Alguns argumenten que la premsa en paper mai va exigir tampoc la concentració que requereixen textos complexos i que la manera “antiga” de llegir un diari (comentant les notícies, al bar o l'autobús, pendent del que passava al voltant) tampoc aconseguia grans cotes de gran concentració. També es remarca el fet que els formats digitals ajuden a fer que els joves llegeixin més.

“El més important és llegir, sigui en el format que sigui, perquè és la manera que tenim d'accedir a la cultura i perquè així es potenciïn les connexions neuronals”, comenta David Bueno, doctor en Biologia i professor i investigador de la Secció de Genètica Biomèdica, Evolutiva i del Desenvolupament de la Universitat de Barcelona. Però, tot i així, afegeix que la manera que té el cervell de processar la lectura en paper és més completa: “el tacte del paper activa els receptors sensorials, que incrementen l'activitat cerebral i

NOTÍCIES QUE INTERESSEN ALS JOVES

L'Institut Reuters ha realitzat un estudi qualitatiu sobre la manera d'informar-se de persones d'entre divuit i trenta anys del qual s'extreuen conclusions interessants.

Sobre el perfil, n'hi ha tres tipus: els *hobbyis* o *dutiful* senten que és una responsabilitat estar informats. D'altra banda, els *main eventers* ho fan només quan passa un fet remarcable. En canvi, els *disengaged* només treuen el cap a la informació quan tenen por de perdre's alguna cosa i opten per les explicacions ràpides.

Sobre allò que no els agrada, l'estudi mostra com que els que eviten les notícies ho fan perquè les consideren depressives i estan cansats que sempre repeteixin el mateix, sense deixar espai a altres informacions més lleugeres. A més, com més joves són, menys confiança tenen en els mitjans.

Finalment, els agradaria que hi hagués més formats de comunicació i més veus i opinions. També demanen notícies més adaptades als seus interessos i que incloguin informacions menys depriments. Els formats interactius, que fomenten la participació, són els més valorats.



Les noves generacions ja no contemplan el seu dia a dia sense la presència constant de la pantalla del seu telèfon mòbil. Foto: Alexander Grey / Unsplash

ajuden a assimilar millor el que llegim. D'altra banda el cervell també associa el context. El context digital l'interpreta com d'accés a moltes més informacions. Per tant, quan llegim en digital, el cervell està pendent de si arriben altres informacions. Això fa que estiguem una mica menys atents i aprofundim menys que quan llegim en paper". Bueno puntualitza que la diferència d'atenció és lleu, ja que l'atenció és un recurs escàs que requereix molta energia i, per tant, és molt difícil aconseguir atenció plena. Quan llegim en paper també estem pendents del que passa al nostre voltant.

UN ROL DIFERENT

Creador de continguts. Aquest és el càrrec que més se sol·licita a la majoria d'ofertes de treball i cada vegada costa més trobar-ne alguna en què es reivindicui la professió. On queda el paper del

periodista? "Tradicionalment, el seu paper consistia a ser un mitjancer entre empreses i organitzacions i la societat. Però aquella societat ja no existeix i, actualment, aques-

AL LLEGIR EN SUPORTS DIGITALS, EL NOSTRE CERVELL CREA NOUS CIRCUITS I UNA NOVA FORMA DE PENSAR

tes entitats ho fan pel seu compte. Una part que s'ha perdut irremediablement", assevera Yuste.

Aquesta experta en comunicació digital està convençuda que el periodisme s'adaptarà als nous temps com ha fet sempre al llarg de la història. Segons l'experta en comunicació digital, el principal obstacle és la rapidesa amb què s'han d'elaborar les notícies perquè dificulta la reflexió i la comprovació de dades.

De totes maneres, segons ella, el format i el mitjà poden canviar, però la funció de la professió no pot fer-ho. "El periodisme és periodisme. La seva feina és informar, explicar històries, verificades, contrastades que incloguin tots els punts de vista i que siguin atractives per als usuaris".

En canvi, la professora Sonia Parratt no ho veu tan clar, sobretot arran d'observar a l'aula els estudiants de Periodisme.

"Aquests joves es dedicaran a alguna cosa que encara no té nom, però difícilment serà periodisme. No soc gaire optimista, encara que potser s'arriba a tocar fons i tornem a això d'abans. Avui dia, els joves es creuen que estan ben informats perquè tenen accés a molta informació, tanmateix, confonen la quantitat amb la qualitat", conclou. Ç

The background is a solid light brown color. On the left, a woman with dark hair and a large hoop earring is shown in profile, holding a magnifying glass over her eye. On the right, a man with a white pompadour hairstyle is shown from the chest up, looking upwards with a hand on his head. The text is centered in the middle of the page.

MÉS ENLLÀ DE LA PARAULA

Guia de comunicació no-verbal per a periodistes

TEXT ELISABET CARVAJAL
IL·LUSTRACIÓ CRISTINA CARRERO

«S’han guanyat més batalles amb un somriure que amb l’espasa». Són paraules de Shakespeare que il·lustren com d’extraordinari és el poder de la comunicació no verbal en la relació entre les persones, que a més es remunta a l’origen de l’espècie, abans que arribés la paraula. Una eina fonamental per a la supervivència i la cooperació entre societats. L’evidència científica en confirma el substrat biològic i la neurociència confereix una nova dimensió a aquesta eina primigènia. El periodisme hauria d’atorgar més protagonisme a la riquesa de matisos que aporta la comunicació no verbal?

Els moviments de mans i cames, la postura del cos i els gestos facials configuren el ric univers del llenguatge corporal. Una comunicació tan antiga com l’espècie humana i que acompanya la paraula des del naixement, fa uns 50.000 anys. La comunicació no verbal abraça la cinèsica i el paral·lenguatge, és a dir, el to de veu, les pauses i silencis, el ritme, construint el “missatge global”, en paraules del psicòleg nord-americà Albert Mehrabian. Un missatge que va més enllà de la paraula i en el qual cada element té un paper determinant. De fet, Mehrabian és especialment conegut perquè suggereix que, en la comunicació interpersonal, el contingut verbal només és una petita part del que es comunica, a diferència dels gestos, les expressions facials i la postura.

D’altra banda, per a l’expert en Comunicació no verbal Fernando Poyatos, doctor en Filologia anglesa i un dels màxims referents en matèria no verbal en l’àmbit europeu, la comunicació humana no es pot entendre si no és amb la triple estructura: llenguatge (la paraula), paral·lenguatge i cinèsica. Per a Poyatos, l’ús adequat de

la comunicació no verbal pot influir en la manera com es percep la informació i com es rep per part del públic.

ALLÒ QUE ES DIU

Tot i que la comunicació no verbal aporta una gran riquesa contextual, sovint l’exercici periodístic no la reflecteix en les informacions. Una absència que es podria explicar perquè la comunicació no verbal es considera en determinades pràctiques periodístiques una qüestió secundària o poc rellevant.

LA POSTURA I ELS GESTOS O UNS MOVIMENTS DE LES MANS PODEN TRANSMETRE INFORMACIÓ SOBRE L’ESTAT EMOCIONAL DE L’ENTREVISTAT

Una cosa similar ha passat durant anys amb les emocions en l’àmbit acadèmic. Sigui com sigui, com explica Josep Maria Brugués, expert en oratòria, formador del Col·legi de Periodistes i professor de Comunicació corporativa a diferents universitats catalanes. “El llenguatge

verbal és molt important per als mitjans; el periodista se centra més en què es diu, que en com es diu”, afirma.

També, Aurora Antón, periodista amb una trajectòria de vint anys, professora de la UOC i formadora del Col·legi de Periodistes en el gènere de l’entrevista, assegura que “el llenguatge no verbal ens aporta molta informació. El cos transmet a cada moment. A vegades pensem que és la intuïció. Però, no és el cas; és la comunicació no verbal”, explica.

Durant una entrevista, l’expressió facial de l’entrevistat indica si se sent còmode o incòmode amb una pregunta. La postura i els gestos, unes

celles aixecades o uns moviments de les mans poden transmetre informació rellevant sobre l’estat emocional de l’entrevistat i orienten el periodista a aprofundir en un sentit o altre les preguntes. Segur que són pistes que la majoria dels professionals del periodisme segueixen i interpreten de



COM GENERAR CONFIANÇA EN L'INTERLOCUTOR

- » Postura del cos oberta (evitar creuaments de braços i cames).
- » Esquena i espatlles dretes que ens permetin respirar bé, omplint el diafragma amb comoditat
- » Contacte ocular
- » Mans: ús dels moviments reguladors que acompanyen la paraula
- » Evitar els moviments adaptatius, denoten nerviosisme i inseguretat (jugar amb un bolígraf o amb l'anell, tocar-se el cabell, etc.). Destacar el control de les cames, una de les parts del cos que més evidencien nerviosisme i que sovint s'oblida
- » Gestió del somriure (en una mesura justa)
- » Gestió de la respiració
- » Parallenguatge. Vocalitzar és el primer pas per parlar de manera clara, segura, amb un ritme adequat.

manera quasi automàtica. «Un periodista no és bon entrevistador si no té en compte el llenguatge corporal», assegura Aurora Antón. «Has de jugar a comunicar-te i has d'entrar o intentar entrar en el món de l'altra persona», afegeix. Segons l'experta, en el control de gestos i postura la clau rau, en primer lloc, «a connectar amb qui ets tu i que t'interessis per aquell qui entrevistes. D'aquesta manera el teu cos expressa sinceritat sense adonar-te'n».

MENTIDA I CREDIBILITAT

«Hem après a mentir amb la paraula, si bé no mentim tan bé amb el cos i els gestos», explica Josep Maria Brugués. Tot i que fins al moment, no hi ha cap estudi que vinculi determinats gestos de manera

veu i el llenguatge corporal en general, el context i la singularitat del temperament de cada persona.

D'altra banda, hi ha unanimitat a definir un ventall de gestos que generen percepció de seguretat i confiança, i aporten credibilitat a la paraula. Brugués explica que el primer de tot és mantenir el contacte ocular. «Mirar-se als ulls és el wifi de la comunicació», explica. Altres consells de l'expert són, pel que fa al parallenguatge, parlar amb seguretat i tranquil·litat. Dues eines que, segons Brugués, «transmeten credibilitat a aquell qui escolta i generem empatia».

També, en el terreny de la cinèsica, assegura que «és molt important tenir en

compte el control de les cames. És una part del cos que denota el nerviosisme i del qual sovint ens oblidem». L'expert també aconsella

«mantenir una posició del cos oberta, evitant els encreuaments de braços i cames».

Així doncs, els periodistes que dominen el seu propi llenguatge corporal saben com transmetre confiança i autoritat a la feina. Una postura recta i un contacte visual directe indiquen a l'entrevistat i al públic

que el periodista està segur de si mateix i de la informació que presenta. Són recursos als quals ens tenen habituats els presentadors

d'informatius, però que, de fet, són útils per a qualsevol situació de comunicació interpersonal. I és que, el llenguatge corporal té un gran impacte en la manera d'interrelacionar-nos.

QÜESTIÓ DE CIÈNCIA

Les evidències científiques dels darrers cinquanta anys, i particularment la neurociència, que destaca la revelació de les

"UN PERIODISTA NO ÉS BON ENTREVISTADOR SI NO TÉ EN COMPTE EL LLENGUATGE CORPORAL"

Aurora Antón

infal·lible i amb total seguretat, a la mentida, sí que hi ha un univers del no verbal que n'aporta indicis.

Els estudis coincideixen a afirmar, per exemple, que evitar el contacte visual directe, tocar-se el nas o la boca, fregar-se les mans o les cames, cobrir-se la boca amb la

PER EVITAR MOSTRAR NERVIOSISME, CAL MANTENIR UNA POSICIÓ DEL COS OBERTA, EVITANT ELS ENCREUAMENTS DE BRAÇOS I CAMES

mà, estrènyer els llavis, gratar-se el cap o el clatell o parpellejar amb més freqüència del normal poden ser els indicadors no verbals de la mentida.

Amb tot, segons els experts, aquests gestos també poden tenir altres explicacions, com la incomoditat, l'ansietat o el nerviosisme. Per tant, cal tenir en compte el context i prestar atenció a altres aspectes de la comunicació no verbal, com el to de



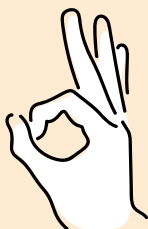
CATEGORITZACIÓ DELS GESTOS (SEGONS EKMAN I FRIESEN)

El 1969, els psicòlegs nord-americans Ekman i Friesen van elaborar una classificació que permet identificar els gestos de l'interlocutor i, d'altra banda, permet al periodista potenciar determinats moviments que l'ajudaran a una comunicació més clara i fluïda.



1. GESTOS EMBLEMÀTICS

Tenen una traducció verbal concreta sense necessitat de pronunciar paraules, un significat prèviament acordat en una cultura o grup. Un exemple, col·locar la mà al pit, a l'alçada del cor, com a expressió de respecte.



2. GESTOS IL·LUSTRADORS

Acompanyen el discurs, en formen part i l'enriqueixen. Emfatitzen les paraules i ens ajuden a ordenar les idees a la ment.



3. GESTOS REGULADORS

Faciliten el flux de la conversa i són molt útils per interactuar amb els altres. Amb ells indiquem, per exemple, que hem acabat de parlar o que esperem una resposta.



4. GESTOS ADAPTADORS

Moviments que es realitzen tocant el propi cos o manipulant algun objecte, com jugar amb un bolígraf o portar la mà a la boca. Estan vinculats a les emocions i poden ser tics nerviosos. Cal evitar-los.



5. GESTOS EMOTIUS

Estan vinculats a les emocions, però es diferencien dels adaptadors pel paper en la socialització. L'abraçada n'és un clar exemple.

neurones mirall, demostren com allò que ja s'havia observat d'una manera intuïtiva

"HEM APRÈS A MENTIR AMB LA PARAULA, PERÒ NO MENTIM TAN BÉ AMB EL COS I ELS GESTOS" Josep Maria Brugués

—com quan Shakespeare deia que s'han guanyat més batalles amb un somriure que amb l'espasa— posseeix un substrat biològic en el cervell humà que evidencia que la comunicació no verbal és una eina inherent que completa la informació que es transmet en el discurs oral.

Se sap que hi ha àrees cerebrals específiques que s'activen quan les persones

processen i emeten informació no verbal, com l'escorça prefrontal, on se situen els processos generadors de coneixement, l'escorça parietal o l'amígdala. També és reconeguda la base biològica comuna de certs gestos i expres-

sions facials de les emocions bàsiques (felicitat, tristesa, enuig, por, sorpresa i fàstic) que són universals i es donen en diferents cultures de tot el món.

Més encara, les neurones mirall, el descobriment de la neurociència més rellevant els darrers trenta anys, evidencia la base fisiològica del vincle universal entre totes les persones (i també de molts animals),

com és l'empatia, d'acord amb el llenguatge corporal. Es tracta d'un tipus de neurona que s'activa quan un altre congènere fa una acció, com, per exemple, el somriure, i permet la compressió immediata, generant una transmissió d'emocions, a vegades també un contagi emocional i la imitació.

Homer a l'*Il·lada* ja descriu els gestos i expressions facials dels guerrers grecs i romans durant la batalla de Troia. Quantes emocions es concentren a través d'aquestes descripcions que han fet de l'obra d'Homer un clàssic únic, modern i etern. Hauria de repensar el periodisme l'ús del no verbal per incrementar la sintonia amb les audiències i així també garantir-se l'eternitat? **C**

LA BATALLA MEDIÀTICA

Anàlisi de la lluita pel relat en la guerra d'Ucraïna

TEXT JOSEP GIFREU

El conflicte d'Ucraïna s'explica per la quantitat i la potència de les armes al front, però també per una aferrissada batalla de la informació. En el llibre *Ucraïna, la guerra pel relat* (Saldonar, 2022), el periodista Josep Gifreu, catedràtic emèrit de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, ens presenta els diferents actors i els episodis principals de les narratives d'un conflicte que està afectant de ple el vell continent. En aquestes pàgines, reproduïm un extracte d'aquesta anàlisi.

La nova guerra al cor d'Europa va esclatar enmig d'un món global, no d'un continent, hipermediatitzat i hiperinformat per l'activitat permanent i ubiqua de testimonis oculars, de periodistes professionals, d'agents intoxicadors, de creadors d'opinió i d'assessors d'imatge, tots involucrats a través de les xarxes i de les pantalles en la conversa sobre un país que s'havia transformat en «el» tema.

La batalla mediàtica precedia la invasió, s'afirmava solemnement en la declaració de guerra, i acompanyava cada moviment de tropes i de fronts i de simulacres de victòria. Però Ucraïna era molt més que un país en guerra. La batalla pel relat sobre les raons del conflicte desbordava immediatament els límits de les hostilitats territorials per situar-se com una de les disputes mediàtiques del segle entre els grans actors internacionals: estats, ONU, OTAN, partits polítics, dirigents polítics, magnats i empresaris, grans mitjans de comunicació, intel·lectuals i periodistes de primera fila...

I, òbviament, la batalla es vivia i s'atiava sense interrupció a les xarxes socials, sovint amb virulència i fins i tot odi, i, per descomptat, amb molt de dolor per part

de les víctimes. Als Estats Units, analistes de primera línia la qualificaven com «la primera guerra TikTok», per la preponderància d'aquesta nova xarxa en la captació i la difusió d'imatges durant els primers dies de la invasió. La gran cobertura mediàtica que suscitava el conflicte russo-ucraïnès en l'opinió pública mundial responia a la inquietud i la incertesa per

PUTIN I ZELENSKI, DES DE PROPÒSITS OPOSATS, SÓN CONSCIENTS DE LA IMPORTÀNCIA DE LA BATALLA DE LA INFORMACIÓ I DE LA PROPAGANDA

les raons i l'evolució de la guerra a Europa, cosa que explicava la gran demanda d'informació en molts països, sobretot els primers mesos.

ENFOCAMENTS DIFERENTS

La batalla mediàtica desencadenada arran de la nova guerra tenia uns protagonistes centrals, els governs dels estats implicats.

En primer lloc, els governs de Moscou i de Kíiv. Putin i el Kremlin dissenyaven ja molt abans de la invasió un dispositiu autoritari extremament elaborat per garantir el control de la informació i la difusió de la propaganda a favor de l'«operació especial militar» a Ucraïna.

A Kíiv, el govern de Zelenski va reaccionar adoptant una estratègia informativa i comunicativa de quasitransparència, facilitant el màxim accés de la premsa al país en guerra i explotant les seves habilitats de comunicador a través de constants aparicions per videoconferència a tot arreu, fins i tot als parlaments d'Occident. Putin i Zelenski, cada un des de propòsits oposats, es mostraven conscients de la



El conflicte entre Rússia i Ucraïna té un munt de derivades comunicatives. Foto: Oleksandr Ratushniak / UNDP Ucraïna

importància de guanyar la batalla de la informació i de la propaganda, tant a l'interior com a l'exterior. I és que l'«exterior» del perímetre de la guerra física era tot el món, especialment el bloc occidental —amb Europa, els Estats Units i l'OTAN en primer lloc—, i amb un pes singular de la

ÉS UNA CIBERGUERRA AMB TECNOLOGIES DE LA VISIÓ, PROCESSAMENT DE DADES AMB INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL I TRANSMISSIÓ INSTANTÀNIA

Xina com a principal aliat de Rússia en la disputa per l'hegemonia contra els nord-americans.

Com diagnosticava un expert en màrqueting polític, tant Ucraïna com Rússia estaven promovent operacions d'informa-

ció i propaganda, però amb enfocaments del tot diferents. “El Kremlin se centra en les operacions d'engany, la censura i les falses narracions, especialment la de la 'desnazificació'. Ucraïna està centrada en la diplomàcia amb l'oest i l'OTAN, i reforça la moral dels civils i els anima a prendre les armes, destacant les atrocitats russes i les victòries en combat d'Ucraïna i mantenint la seguretat operativa (negant la informació dirigida a

Rússia). Ucraïna té autoritat moral perquè utilitza operacions d'informació per lluitar contra una guerra de necessitat, una batalla existencial de supervivència”.

D'una banda, la implicació i la centralitat de les noves tecnologies de la visió, del

processament de dades amb intel·ligència artificial i de la transmissió instantània permetien aplicar amb propietat el qualificatiu de ciberguerra al conflicte bèl·lic. “Ja sigui per a la ràdio, la televisió, el web o la impremta, els corresponents occidentals a Ucraïna poden presentar fitxers a l'instant a través d'internet per satèl·lit. Les seves paraules i imatges no estan subjectes a censura directa. Ells i els seus empresaris tenen accés a imatges compartides per soldats i civils ucraïnesos”.

TECNOLOGIA DIGITAL

D'altra banda, la ciberguerra a Ucraïna es produïa a diferents escales, amb la novetat de la participació habitual dels drons: «Els drons poden capturar conjunts de dades enormes per analitzar-los mitjançant intel·ligència artificial i utilitzar-los per

a una orientació de precisió. Això inclou identificar la ubicació de soldats o civils mitjançant mapes de calor, senyals digitals o publicacions a les xarxes socials”. Com comentava un cronista d’Associated Press,

L’ÚS MASSIU DE DRONS PER PART D’UCRAÏNA COMPLEXI BÀSICAMENT MISSIONS MILITARS, PERÒ TAMBÉ FUNCIONS INFORMATIVES

“Mai en la història de la guerra els drons s’han utilitzat tan intensament com a Ucraïna, on sovint tenen un paper crucial per determinar qui viu i mor. Tant els russos com els ucraïnesos depenen molt dels vehicles aeris no tripulats per identificar les posicions enemigues i guiar els seus atacs infernals d’artilleria”. L’ús massiu de

drons per part d’Ucraïna, que complien bàsicament missions militars, però també funcions informatives, responia al programa Exèrcit de Drons, desplegat a iniciativa de l’Estat Major de les Forces Armades d’Ucraïna i del Ministeri d’Informació Digital.

Els grans mitjans occidentals han desplegat una extraordinària cobertura informativa, no solament gràcies a la presència de professionals en els fronts bèl·lics, sinó també per les presentacions de les noves tecnologies digitals en xarxa utilitzades a fons en els diferents escenaris de lluita i en les redaccions. Alguns mitjans excel·lien en el seguiment i la publicació en obert dels seus serveis

d’informació actualitzada sobre l’evolució de la guerra.

Entre aquests, i a títol merament indicatiu, podem citar com a exemples paradigmàtics de cobertura *The Kyiv Independent* i el seu puntual “Servei de notícies” (News Feed); *The Guardian* i la seva secció permanent “Russia’s war in Ukraine: complete guide in maps, video and pictures”; *The New York Times*, que oferia un “Russia-Ukraine War Briefing” diari gratuït; *The Washington Post*, que disposava en obert d’una base de dades de centenars de vídeos sobre els “horrors de la guerra”, o *Le Monde*, que publicava en obert la secció “Guerre en Ukraine”. En català, mitjans en línia com *VilaWeb*, *El Punt Avui*, *Ara* o *El Nacional* oferien en obert l’actualitat sobre la guerra. Els noticiaris



Els efectes de la guerra que pateix la població es converteix en material per a la batalla mediàtica. Foto: Oleksandr Ratushniak / UNDP



UN ASSAIG SOBRE L'ALTRA GUERRA

Al llarg de més de dues-centes pàgines d'*Ucraïna, la guerra pel relat* (Saldonar, 2022), el periodista Josep Gifreu examina el paper del periodisme, els mitjans informatius i les xarxes socials en diferents fronts com són la Rússia de Putin, la Ucraïna de Zelenski, l'Occident i, finalment, la Xina i el Sud Global. En el llibre, escrit com una crònica-assaig, aquest conegut teòric de la comunicació ens ofereix, doncs, les claus per entendre l'altra guerra, la que té lloc lluny del camp de batalla.

televisius de *Deutsche Welle* (DW) en anglès, de la BBC News o d'Al-Jazeera, com molts altres canals públics, eren accessibles sobretot gràcies a les respectives pàgines web. Els agregadors de les plataformes digitals publicaven notícies i imatges del conflicte: per exemple, Google Images recollia diàriament fotografies de la guerra

LA GUERRA DE LA DESINFORMACIÓ I DE LES FAKE NEWS EXPLICA LA PROLIFERACIÓ DE CENTRES DE FACT-CHECKERS, TAMBÉ A UCRAÏNA

publicades en mitjans escrits i audiovisuals. I, per descomptat, les grans agències internacionals de notícies, cada una amb les seves preferències, subministraven contínuament informacions telegràfiques sobre l'evolució de la guerra.

MENTIDES I POLARITZACIÓ

Aquest fabulós desplegament mediàtic occidental, bolcat en la defensa gairebé unànime de les raons d'Ucraïna, havia de generar reaccions oposades entre els aliats de Rússia o de prudent distanciament entre els països del bloc de no-alineats del Sud Global.

La Xina, principal aliat de Rússia en el conflicte, no només adoptava una política informativa fidel a les consignes del Kremlin, sinó que generava una gran narrativa, des del Partit Comunista, des dels

mitjans de comunicació i des d'amplis sectors universitaris, que aspirava a justificar la posició governamental de suport limitat a les raons

de Rússia contra Occident i l'OTAN, i a titllar l'anomenada llibertat d'informació occidental com una magna operació de propaganda a favor d'Ucraïna i dels valors occidentals "pretesament universals".

Un dels grans problemes derivats de la profusió d'informacions sobre el conflicte russo-ucraïnès i els interessos contraposats dels diferents poders en joc era la guerra de la desinformació i de les *fake news*. D'aquí prové la proliferació de centres de *fact-checkers* a molts països, també a Ucraïna. L'organització Reporters sense Fronteres alertava en el seu informe sobre llibertat de premsa de 2022 sobre "la nova

era de polarització", tant a l'interior de les democràcies occidentals com a nivell internacional, amplificada pel "caos de la informació".

En la batalla contra la desinformació, els requeriments per a la necessitat d'un periodisme de qualitat es feien sentir i eren exigits entre bona part de les audiències dels mitjans. En aquest sentit, el Consell d'Europa es feia ressò d'aquesta preocupació aprovant el 17 de març una important "Recomanació" apel·lant als quaranta-sis estats membres a crear un entorn que facilités l'exercici d'un «periodisme de qualitat com a bé públic», que pogués complir així el rol essencial que li correspon en una democràcia. El dia abans de l'aprovació, Rússia abandonava oficialment el Consell d'Europa, després de vint-i-sis anys de formar-ne part: era una conseqüència més del conflicte amb Ucraïna i, evidentment, amb l'Europa del Conveni Europeu de Drets Humans. Ç

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Ab la fora omnipotent del gran cònsol atreix una tanta gent que 'l veure arribar un veu es expediente ignant.

PREMIER POLITIC VERMELL. — Número sis, DEU CENTIMES.

OPTIMISMES EXPOSICIONISTAS



LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

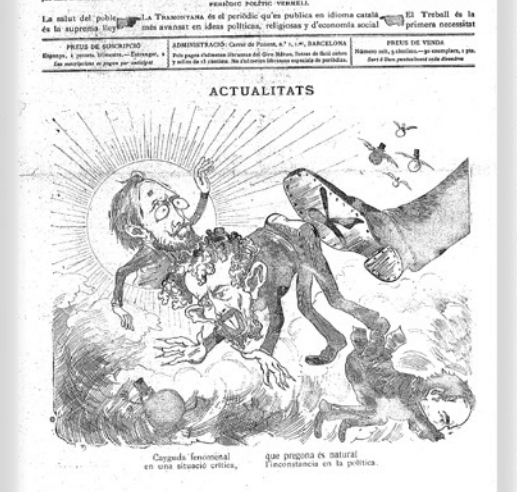
La proxima numero sera 'l dedicat a la REVOLUCIO FRANCESA ab 16 planas de text y de grabats



LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

El Treball de la primera necessitat



LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

ALMANAC DE "LA TRAMONTANA" DE JANY 1896

CALENDARI LAIC

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

ALMANAC DE "LA TRAMONTANA" DE JANY 1896

CALENDARI LAIC

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

EL SETMANARI ROIG

La Tramontana va abanderar la lluita obrera i anarquista

TEXT JOSEP MARIA FIGUERES

EL IL·LUSTRACIONS BIBLIOTECA DEL CENTRE DE LECTURA DE REUS

CONGRESO FERNANDO KATRAL

El programa de la jornada de cada dia es de dos tardes: la primera dedicada al estudio de la obra, y la segunda a la lectura de la obra y a la discusión de ella. El programa de la jornada de cada dia es de dos tardes: la primera dedicada al estudio de la obra, y la segunda a la lectura de la obra y a la discusión de ella.

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

LA TRAMONTANA

PREMIER POLITIC VERMELL

Barcelona 1 de DESEMBRE DE 1893

NUM. 442

En el passat, a Catalunya, les reivindicacions obreres –jornada de vuit hores, dret a l'associacionisme, etc.– van ser reprimides, des del poder, amb presó o multes fins arribar, fins i tot, a les execucions o assassinats dels dirigents enmig d'una preocupant espiral de violència. En aquest context, a l'hora de difondre les idees d'igualtat i llibertat, el periodisme va esdevenir un instrument fonamental i *La Tramontana* es va acabar convertint en un dels setmanaris obrers i anarquistes més rellevants del segle XIX. Malgrat la repressió a què va ser sotmesa, aquesta capçalera va aconseguir sortir al carrer durant setze anys, entre 1881 i 1896.

El primer número del setmanari *La Tramontana* surt al carrer el 16 de febrer de 1881. La seva trajectòria va ser llarga, però també atzarosa. Es va publicar de manera continuada fins el 1893 i, de manera intermitent, fruit de les prohibicions i de les persecucions, fins el 1896. Un total de 16 anys i 717 números.

Vinculada als moviments avançats de l'època, com l'anarquisme, el catalanisme, l'anticlericalisme, la maçoneria, el lliure pensament i el republicanisme, aquesta publicació obrera noucentista de subtítol explícit –*Periòdic vermell. Salut pública. Interessos populars*– es caracteritzava per un textos en prosa i en vers, tan doctrinals com satírics i humorístics, escrits amb un llenguatge col·loquial. Un contingut proper que els lectors esperaven amb ganes. De periodicitat setmanal, sortia el dissabte i va arribar a una tirada mitjana de 4.000 exemplars.

La Tramontana va tenir una ferma trajectòria en la difusió d'un ideari d'acord amb el pensament del fundador i director, Josep Lluas i Pujals (Reus, 1852). Anarquista, lliurepensador, catalanista, anticlerical, feminista, maçó, tipògraf, periodista, editor, poeta..., Lluas va projectar les seves idees en el setmanari i, per tant, no s'entén

sense la seva figura, cabdal en els ambients revolucionaris i l'anarcocol·lectivisme de final del XIX. Anteriorment, havia dirigit, a Barcelona, les publicacions *La Teula* i *La Teula barcelonina*, del mateix signe polític.

Lluas va acabar convertint *La Tramontana* en un dels setmanaris obrers i anarquistes més rellevants del seu temps. Des de les seves pàgines, es va insistir en l'anticlericalisme, la lluita per la jornada de vuit hores o la crítica de la corrupció. Lluas –culte en formació, ferm en caràcter i perspicaç en conducta– i els col·laboradors (Cels Gomis, Emili Guanyavents, Anselmo Lorenzo i Eudald Canibell, entre altres) aspiraven a trencar o, almenys, a rebaixar, la influència de l'Estat i de l'Església en la

DE PERIODICITAT SETMANAL, CONTENIA TEXTOS SATÍRICS I HUMORÍSTICS, SORTIA EL DISSABTE I VA ARRIBAR A UNA TIRADA DE 4.000 EXEMPLARS

societat. No per la seva existència, sinó per la identificació amb una classe explotadora que posava tots els elements públics al seu servei privat.

Aspirava, ras i curt, a la separació de poder. La religió no havia de ser oficial, sinó

d'àmbit privat i íntim. Perquè el domini eclesiàstic dins el món civil, així com la impossibilitat d'enterraments o matrimonis laics, feia rebel·lar per la injustícia als sensibilitzats per aquesta qüestió.

L'anticlericalisme en realitat era un tret comú i sovint el més visible i va assolir un impacte en un públic que gaudia amb poemes satírics, il·lustracions punyents i articles que mostraven la pitjor cara de l'Església, aquella que no predicava la igualtat i l'amor fraternal.

COL·LABORADORS OBRERS

La revista comptava amb quatre pàgines, excepte quan editava un número extraordinari. A nivell formal, tenia les característiques dels setmanaris populars del moment. Com a premsa ideològica satírica presentava

poemes irònics i crítics, profusió d'il·lustracions, articles doctrinaris i contundents, algun entreteniment i alguna gran imatge en primera pàgina, fins i tot en color. Una portada on, precisament, s'hi veia una capçalera amb un gegant amb barretina que bufava contra tot allò

ANUARI SENSE SANTS NI VERGES

Josep Lluanas també va editar un anuari de setze pàgines en blanc i negre –excepte alguna coberta amb il·lustracions en color–, que va aparèixer només en sis edicions entre 1888 i 1896. Seguint la moda del moment, oferia als lectors un resum de l'activitat de l'any, una mostra de textos que no s'havien pogut publicar. L'ideari, però, és el mateix. No deixa de ser representatiu, en la coberta del 1888, un triangle amb una llum al centre en clara referència a l'ideal fratern de la maçoneria. Una novetat va ser substituir el calendari, amb els sants i les verges, per noms afins de científics, escriptors, màrtirs de la repressió, etc.



que lluitava, com l'Església, l'Exèrcit o la burgesia. D'altra banda, a l'interior sempre hi havia una vinyeta il·lustrada amb caricatures de gran format.

VA DESFER EL MITE DE LA CASTELLANITZACIÓ DE LA CLASSE OBRERA. SEMPRE ES VA EDITAR EN CATALÀ I AMB FORÇA ÈXIT DE PÚBLIC

Tant Lluanas com la resta dels redactors i col·laboradors pertanyien a la classe obrera. Entre els il·lustradors, hi havia Alexandre de Riquer i Inglada, Jaume Pahissa Laporta, Joan Llopart, Pedro Eriz Mendizábal, Eudald Canibell i Masbernat, Manuel Moliné i Muns o Manuel

Garcia. A les seves pàgines, *La Tramontana* acollia autors de totes les esquerres del moment i va tenir un gran nombre de col·laboradors. Alguns signaven –com Lluís Millà, Rossend Arús i Arderiu–, si bé la majoria utilitzaven pseudònim, començant pel director –*Lo Dimoni gros*.

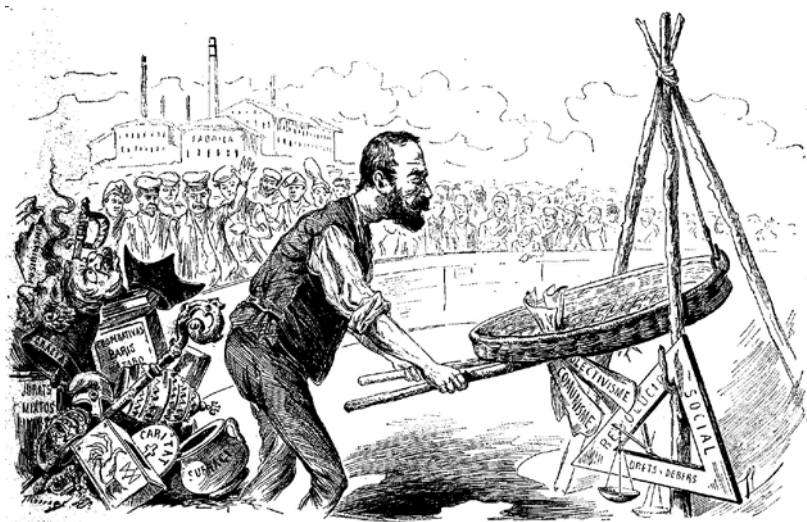
La revista s'imprimia a la pulcra tipografia La Acadèmia, propietat d'Evarist Ullastres, republicà federal. Lluanas també era sovint autor de textos i fins i tot els componia personalment. L'erudit i crític literari Joan Givanel explicava com els anava component sense escriure'ls prèviament.

La Tramontana va ser la publicació anarquista de més durada de tot l'Estat espanyol durant el segle XIX, malgrat estar íntegrament escrita en català. El marc de difusió eren els Països Catalans. Així, va desfer el mite de la castellanització de la classe treballadora, atès que, com dèiem, al llarg d'una llarga existència va ser editada sempre en català i amb força èxit de públic.

En aquest sentit, cal remarcar doncs, un catalanisme, o millor dit, una catalanitat plena, que anava més enllà d'atributs folklòrics. Tenia un comportament nacional propi, o sigui una catalanitat que s'identificava amb els valors tradicionals seculars del país (treball responsable, valor de la paraula donada, amor a la col·lectivitat, veïnatge actiu, anhel constant de llibertat, solidaritat amb els oprimits, etc.). En aquest sentit, aspirava a una justícia basada en la raó, el seny i el sentit comú. La feina, doncs, havia de ser compensada justament. Si no era així calia protestar. I això és el que va fer *La Tramontana* al llarg de tota la vida.

REPRESSIÓ CONSTANT

Malgrat la competència, especialment dels setmanaris d'Innocenci López (*La Campana de Gràcia* i *L'Esquella de la Torratxa*), *La Tramontana* es diferenciava per una temàtica centrada exclusivament en els drets dels treballadors, així com per una obstinació ideològica. No en va, a



Josep Lluanas, impulsor de *La Tramontana*, en una caricatura de l'època

pràcticament cada número, s'hi podien llegir comentaris i acudits sobre comportaments lascius dels clergues o sobre l'enriquiment de les autoritats religioses.

No es va estar tampoc de criticar el comportament fins i tot de republicans afins, com va fer amb *La Campana de Gràcia* quan des d'aquesta capçalera es va difamar l'anarquista Paulí Pallàs, executat per terrorisme. Fins i tot la vídua va haver de rebatre les calúmnies difoses sobre el seu espòs a la publicació graciencina. Aquesta coherència combativa va provocar que

LA TRAMONTANA ES VA ACABAR CONVERTINT EN UN DELS SETMANARIS OBRERS I ANARQUISTES MÉS RELLEVANTS DEL SEU TEMPS

durant els setze anys que va ser al carrer, *La Tramontana* visqués sancions, denúncies i suspensions.

El 1890, amb Llunas malalt de reuma i ajudant-se amb un bastó per caminar, va ser víctima fins i tot d'un atemptat que encara va deteriorar més un estat de salut delicat. A més, les multes no s'aturaven i va arribar fins i tot a acumular-ne fins a cinc de simultànies, així com cinc fiances.

La situació és tan crítica que li embarguen dues vegades els mobles de casa seva. Tot i aquests problemes i les suspensions governatives, *La Tramontana* reapareixia.

VA PATIR DENÚNCIES I SANCIONS. DESPRÉS DE L'ATEMPTAT DEL LICEU, VA ESTAR CATORZE MESOS SUSPÈS I EL SEU DIRECTOR VA SER EMPRESONAT

Gràcies a la simpatia que despertava entre els obrers, que li pagaven les fiances.

La repressió contra el setmanari va ser molt més dura arran del famós atemptat del Liceu, quan va estar catorze mesos suspès, des del desembre

de 1893 al gener de 1895, a més de tenir els redactors entre reixes. Enmig de tots aquests embats repressius, el setmanari va publicar el darrer número el 12 de juliol de 1896, amb la revista suspesa, de nou, i el director, Llunas, empresonat.

Després de 1896, hi va haver fins a tres intents de tornar a editar *La Tramontana*. Van ser els anys 1903, 1907 i 1913. Aquest últim de la mà de Salvador Seguí. Tots tres

van fracassar. Entremig, Llunas mor el 23 de maig de 1905, a cinquanta-tres anys.

El setmanari *La Tramontana* ha estat estudiat per la significació política i social. Dues tesis doctorals —una sobre les il·lustracions, d'Àngela Palou (UIB), i una segona sobre

Llunas i l'anarquisme, de Jordi Martí (URV), autor d'altres treballs sobre la revista i el director— tenen la revista com a referent i mostren aquella publicació com un eficient portaveu ideològic.

Gràcies a Martí també disposem de la revista digitalitzada a la Biblioteca del Centre de Lectura de Reus, que ens permet acostar-nos encara més a *La Tramontana*, una publicació singular per la llarga durada, l'ús natural de la llengua catalana, la qualitat en el tractament i la solidesa en l'argumentari ideològic. Tot això explica que, segons l'historiador Josep Termes, «va ser una revista d'una gran transcendència en la història dels moviments polítics i socials de Catalunya». Ç

Més informació a:

Josep Llunas, la literatura obrerista i la construcció de l'anarquia en català al segle XIX. Tesis doctoral de Jordi Martí Font (Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, 2015). Accessible al web.

La Tramontana (1881-1896), periòdic vermell escrit en català, Manuel Vicente Izquierdo. *Gazeta*, 1 (1994).



EL SÀHARA, SILENCIAT

La brutal repressió a la premsa de l'excolònia espanyola

TEXT ANNA PRUNA GALDÓN



Bandera de la República Àrab Sahrauí Democràtica. Foto: Fran Garcia

Informar des del Sàhara Occidental continua sent missió impossible. En els últims anys, les xarxes socials han donat un bri d'aire als que ho intenten des de dins de l'excolònia espanyola, però la repressió contra els professionals de la informació continua sent brutal i les represàlies, extenses. Ningú entra per informar i ningú té permís per enviar informació fora sobre el territori ocupat. Tot i això, diferents periodistes, com els d'Équipe Média, trenquen l'espiral de censura amb les conseqüències que això implica – repressió, detencions i fins i tot tortura.

Obrir la porta d'una casa que enfila escales amunt i pujar silenciosament fins a arribar a la terrassa que més visibilitat té al carrer. Però, això sí, sempre tenint en compte que sigui la que més amagada queda de la vista de tothom. Apagar la geolocalització del mòbil, posar-lo en silenci, moure's sense despertar cap sospita i fer-ho tot optimitzant els minuts estrictament necessaris per a gravar i prendre nota del que està passant. Mirar a banda i banda, assegurar-se que tot segueix bé, plantar la càmera i enregistrar tot el que es pot. O no tenir temps ni per a col·locar la càmera i engegar el mòbil, o una *handycam*. Així és informar des del Sàhara Occidental. O intentar-ho.

“Ens comuniquem de forma encriptada, no podem gravar al carrer i les reunions les fem amb molta precaució”, explica

"ESTEM MOLT VIGILATS, ELS TESTIMONIS NO VOLEN APARÈIXER I QUALSEVOL ENTREVISTA ÉS DE RISC"

Ahmed Brahim Ettanji, Équipe Média

Ahmed Brahim Ettanji (El Aaiún, 1988), activista i president d'Équipe Média, un dels pocs mitjans que informen des del territori i que posen veu, imatge i opinió al que passa dins del Sàhara Occidental. “No és una feina fàcil. Els més coneguts estem molt vigilats, els testimonis no volen aparèixer i qualsevol entrevista és de risc”, afegeix.

Es calcula que Équipe Média grava entorn d'una desena part dels fets noticiables dins el Sàhara Occidental. La resta queda silenciada. I és que cada peça que s'aconsegueix gravar requereix, mínim, de tres o quatre persones, ja que, mentre uns fan la tasca estrictament periodística, altres vigilen o acompanyen per si hi ha alguna emergència.

No ho podrien fer, asseguren, sense el suport popular. Un suport no exempt de conseqüències. Moltes de les cases que els

veïns han cedit per a enregistraments han estat registrades per la policia, i les famílies han rebut amenaces i represàlies. Tots els integrants i professionals d'Équipe Média han estat detinguts i molts han patit de primera mà les tortures. Si continuen informant des del territori, expliquen, és perquè se senten víctimes d'una situació d'injustícia, si bé no deixen de ser-ne també testimonis. “No érem periodistes, –detalla Ettanji– no sabíem agafar una càmera. Tot i així, teníem la necessitat d'explicar al món què estava passant. I, sempre, la nostra aposta contra la violència marroquina segueix sent actuar pacíficament”.

Quan es parla de violència, no s'exagera. I no és només física o psicològica, també és econòmica o judicial. “Qualsevol cosa que es fa dins del Sàhara és una atemptat

contra l'autoritat marroquina”, explica Pablo Ignacio Dalmases, periodista, doctor en Història i un dels grans experts en aquest territori.

“Els periodistes estrangers som sospitosos només pel fet de venir de fora i, si qui intenta informar és un sahrauí, caurà sobre ell tot el pes de la llei. L'únic que fa que ens arribi informació del territori ocupat és Internet”, afegeix.

Una tecnologia que salva el poble sahrauí de la desinformació absoluta i que ha propiciat l'aparició d'un nou periodisme que

TOTS ELS INTEGRANTS D'ÉQUIPE MÉDIA HAN ESTAT DETINGUTS I MOLTS HAN PATIT DE PRIMERA MÀ LES TORTURES

creix a les xarxes socials i que permet als sahrauís denunciar el que passa. “No són activistes. Fan periodisme, i s'obstinen a fer-nos conèixer la realitat de la seva terra. Són assetjats, detinguts, jutjats, condemnats i, en qualsevol cas, reben pitjor tracte

que un periodista estranger”, resumeix Yolanda Sobero, periodista de TVE i autora de *Sàhara: memoria y olvido* (Ariel, 2010).

CONFLICTE ETERN

L'objectiu dels qui informen des de dins del Sàhara Occidental és convertir-se en una font fiable i verificada, mantenir el flux d'informació cap a l'exterior i evitar que el conflicte caigui en l'oblit. Els mitjans que informen clandestinament des del territori han teixit (i ho continuen fent) una xarxa de contactes amb mitjans exteriors que reben la informació traduïda i actualitzada. Amb tot, la cronificació del conflicte i la condició de territori “a on no hi ha guerra, però tampoc hi ha pau”, com defineix Sobero, fa que els mitjans perdin interès.

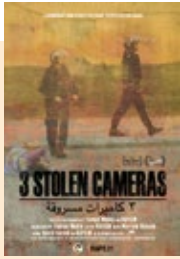
El territori és oficialment, i des de fa quaranta anys, l'últim territori no descolonitzat d'Àfrica. Està dividit en tres zones: una ocupada pel Marroc, una altra sota el control del Front Polisario i una última integrada pels campaments de refugiats de Tindouf. La història més coneguda és la que exposa com, el novembre del 1975, el rei del Marroc Hassan II va impulsar la Marxa Verda per a ocupar el territori sahrauí i pressionar Espanya, que es trobava en plena Transició, a retirar-se, tal com va passar el 1976 (després de més d'un segle de colonització).

Tanmateix, la retirada venia acompanyada de l'Acord Tripartit de Madrid (entre Espanya, el Marroc i Mauritània) que cedia l'administració del territori al Marroc i a Mauritània i que feia volar pels aires la promesa al

poble sahrauí de celebrar un referèndum d'autodeterminació. Un acord que, a més, violava el dret internacional, ja que Espanya transferia unilateralment la responsabilitat del territori sense poder fer-ho legalment.

PERIODISME VALENT

La tasca que fan organitzacions com Équipe Média al Sàhara Occidental és complexa i perillosa. Ha estat recollida al documental *3 stolen cameras*, coproduït per l'equip de periodistes sahrauís i la productora sueca RÅFILM, i exhibit a nombrosos festivals internacionals (la pressió marroquina va impedir que fos projectat al Festival de Beirut). Recentment, Équipe Média ha estat guardonat amb el Premi Llibertat d'Expressió 2020 i amb el prestigiós Premi Internacional de Periodisme Julio Anguita Parrado, concedit pel Sindicat de Periodistes d'Andalusia.



Allà es va posar la llavor del conflicte etern. La firma va fer esclatar una guerra entre el Front Polisario, el Marroc i Mauritània (que va tenir un alto el foc el 1991) i, ni a petició de les Nacions Unides, s'ha pogut celebrar el referèndum. Lluny de millorar la situació, tal com denuncia el periodista Jordi Oriola en un article a *Re-*

"ELS PERIODISTES ESTRANGERS SOM SOSPITOSOS NOMÉS PEL FET DE VENIR DE FORA"

Pablo Ignacio Dalmases

belión, el Marroc ha aprofitat aquests anys per explotar les riqueses (fosfats, pesca, petroli), "marginant socialment la població i reprimint tot intent de reivindicació per part dels sahrauís".

ARRASAR AMB TOT

Però per entendre per què el Marroc i Espanya han aplicat diferents tipus de gestió (i de censura) al Sàhara Occidental, cal entendre el marc normatiu i administratiu dels dos períodes històrics. L'etapa

de colonització espanyola s'entén quan s'explica el pacte tàcit sota el qual es regia: s'assumia l'administració i la sobirania del territori, això sí, amb el compromís de respectar la cultura i les tradicions autòctones. "L'administració espanyola no es ficava en res. I la cosa funcionava", assegura Dalmases, exdirector de Radio Sàhara, emissora oficial espanyola al territori. Ettanji ho corrobora: "Els nostres pares ens deien que Espanya va robar la

INTERNET SALVA ELS SAHRAUÍS DE LA DESINFORMACIÓ ABSOLUTA I HA PROPICIAT L'APARICIÓ D'UN NOU PERIODISME A LES XARXES

terra, però no es ficava amb la cultura. Hi havia convivència".

Un fràgil equilibri trencat el 1958, quan l'ONU va preguntar a Espanya si tenia territoris no autònoms. El país "va córrer", en paraules de Dalmases, a convertir el Sàhara Occidental, d'uns 266.000 quilòmetres quadrats, en una província. La ciutadania passava a ser espanyola, encara que, paradoxalment, com que no es qüestionaven les tradicions, hi havia divorci i poligàmia, i hi havia persones lliures i persones esclaves.

Informativament parlant, el que arribava del Sàhara Occidental era "matèria reservada", si bé no hi havia censura com

a tal. De fet, hi ha força cobertura mediàtica d'aquells anys i qualsevol periodista espanyol es podia acreditar i informar.

La mirada (i la censura) cap al que es deia va canviar als anys setanta, amb la retirada d'Espanya i l'entrada en escena del Marroc. "La prova que demostra que no podíem informar lliurement és que el diari que dirigia, *La Realidad*, va ser tancat *manu militari* per haver publicat que Espanya i el Marroc acordaven el lliurament del Sàhara al Govern de Rabat, traint els

compromisos reiterats que Madrid havia manifestat al poble sahrauís i a Nacions Unides", recordava Dalmases a *Sàhara Occidental: Un desert per al periodisme*, l'informe de Reporters sense Fronteres. Després de ser tancat, Dalmases va ser destituït fulminantment.

Allà canvia tot, ja que l'enfrontament armat marca la política del Marroc, que instaura, en paraules dels sahrauís, una estratègia de "territori cremat". Arrasar amb tot. No s'autoritza l'entrada a periodistes estrangers, es reprimeix brutalment tota informació que

intenti sortir del territori i, segons els periodistes que volen exercir, hi ha un pacte no escrit pel qual els corresponsals que són a Rabat tenen prohibida l'entrada al Sàhara Occidental.

FORAT NEGRE

Des d'aleshores, el territori s'ha convertit en un "forat negre" per al periodisme, tal com apunta el citat informe de Reporters sense Fronteres, en el qual es recullen testimonis de periodistes sahrauís i en què, també, tenen veu antics corresponsals i reporters especialitzats en la zona.

En aquest sentit, hi ha molts periodistes estrangers que han intentat entrar a informar o que han volgut posar veu al que passa dins del Sàhara Occidental. La major part de les vegades sense gaire èxit. El realitzador Jordi Oriola va haver d'infiltrar-se a la regió per a realitzar el documental *La lluita no violenta del poble sahrauís*, un llargmetratge que s'ha projectat a la seu del Consell de Drets Humans de les Nacions Unides a Ginebra.

Al fotoperiodista Bernat Millet i a quatre integrants d'Équipe Média que acompanyaven Oriola els van detenir de matinada, van portar-los a dependències policials, van esborrar el material i van interrogar-los abans d'enviar-los de nou cap



Un periodista d'Équipe Média fent una entrevista. Els membres d'aquest mitjà pateixen la persecució per part de Marroc. Foto: Équipe Média

a Agadir, fora del Sàhara Occidental. Una altra prova de la censura existent és que el periodista Javier Otazu, excorresponsal de l'Agència EFE, ha hagut de marxar del Marroc per a poder escriure sobre el que hi passa. O que el fotoperiodista David Melero i l'activista Oriol Puig fossin detinguts i expulsats quan es dirigien cap al territori.

Una de les onades de deportacions de periodistes més importants es va donar durant el desallotjament del campament de Gdeim Izik, el novembre del 2010. Tots els enviats especials –de la Cadena Ser, amb la periodista Àngels Barceló, però també de TVE, Onda Cero, Antena 3 TV, AFP, Público o EFE– van ser expulsats.

MIRADA INTERNACIONAL

Segons citen diversos dels entrevistats per a aquest reportatge, el Marroc destina molts recursos a mantenir una diplomàcia i unes relacions internacionals que afavoreixin i avalin el seu discurs. Segons Ahmed Ettanji, el Govern espanyol ha estat, durant aquestes quatre dècades, un dels executius que ha justificat la presència

marroquina al Sàhara Occidental i hi té “un paper molt important” en el bloqueig informatiu. “Quan deporten periodistes, el país ho hauria de denunciar i no ho fa”,

HI HA UN PACTE NO ESCRIT PEL QUAL ELS CORRESPONSALS QUE SÓN A RABAT TENEN PROHIBIDA L'ENTRADA AL SÀHARA OCCIDENTAL

afegeix el president d'Équipe Média. “La vergonyosa postura de governs com el de Sánchez, que accepta la situació actual, i que oblidia l'enorme responsabilitat històrica d'Espanya envers el territori, fa que el Marroc agafi aire i que s'allunyi el possible procés d'autodeterminació”, conclou Dalmases.

L'exterior és una arma de doble tall. Les organitzacions per la defensa dels drets humans necessiten el reconeixement exterior i la protecció per a poder seguir amb la seva tasca i, a la vegada, el món sembla mirar cap a una altra banda. “La visió general és que és un tema estancat”, explica Ignacio Cembrero, corresponsal d'*El País* a l'Orient Mitjà i el Marroc, ex-

pert en el Magreb i testimoni en primera persona de la repressió marroquina. “Les expulsions i altres violacions dels drets humans dins el Sàhara Occidental haurien

de ser temes que ocupin espai informatiu internacional, però malauradament, no és així”, es lamenta. I no ocupen espai ni quan actors com

el Front Polisario aconsegueixen fites històriques davant d'organismes com el Tribunal de Justícia de la Unió Europea.

Lluites que marquen el futur de la zona, que és incert però esperançador. “Jo no veuré un Sàhara Occidental independent, –assegura Pablo Ignacio Dalmases– tot i així, la història no s'escriu en un dia. Ningú no imaginava el desmantellament de l'URSS”. La situació geopolítica, unida actualment amb una crisi econòmica, no dibuixa un escenari diferent, però hi ha marge i esperança per al canvi. Els activistes saben que l'única via que tenen és continuar fent la tasca que fan, i no abandonar-la. “Mentre hi ha lluita, hi ha esperança”, conclou Ettani. Ç

V Escola d'Estiu

Juliol 2023

La Irrupció de la Intel·ligència Artificial en el Periodisme

Què és la Intel·ligència Artificial i com s'utilitza en Periodisme

Dimecres 5 de juliol, de 10h a 14h
Sessió on line en directe

Aplicacions de la IA en les redaccions periodístiques i nous perfils professionals

Divendres 7 de juliol, de 10h a 14h
Sessió on line en directe

La Intel·ligència artificial aplicada a la ciberseguretat

Dimecres 12 de juliol, de 10h a 14h
Sessió presencial a Barcelona

Taller de generació de continguts amb Intel·ligència Artificial

Dijous 6 de juliol, de 15.30h a 19.30h
Sessió presencial a Barcelona

Reptes ètics en l'ús de la Intel·ligència Artificial. Eines per a la interpretació crítica de les tecnologies algorítmiques

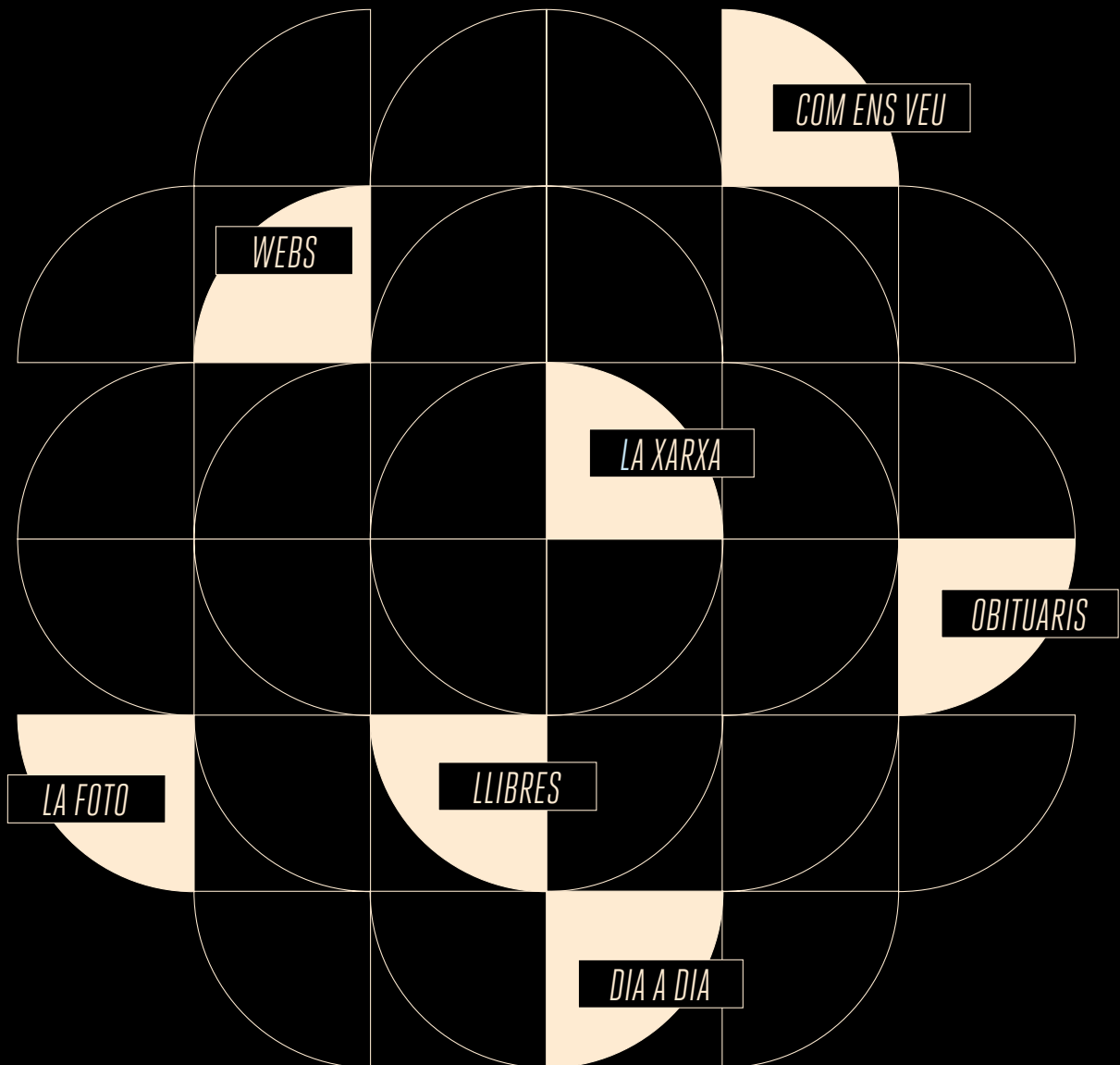
Dilluns 10 de juliol, de 10h a 13h
Sessió presencial a Barcelona

Inscripcions a
www.periodistes.cat



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



CAL UN NOU PERIODISME SOBRE LA CRISI CLIMÀTICA?

www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/News_report_2023_Climate_Journalism.pdf

www.ebu.ch/news/2022/10/we-are-looking-at-the-biggest-reconstruction-story-since-world-war-ii
La Unió Europea de Radiodifusió analitza, en un document de quasi dues-centes pàgines, el periodisme actual sobre l'emergència climàtica i el fenomen del negacionisme, que no desapareix. La proposta inclou noves fórmules mediàtiques per a conscienciar sobre el problema: "Necessitem més i millor periodisme climàtic, però no aconseguirem gaire colpejant el cap de la gent".



ELS PAPERS DE PANAMÀ, AL DIA

www.icij.org/investigations/panama-papers/pop-culture-panama-papers-music/

Set anys després dels Papers de Panamà, que van esquitxar centenars de polítics i famosos que tenien companyies a paradisos fiscals, l'International Consortium of Investigative Journalism (ICIJ), torna al cas, actualitza la situació d'alguns implicats i analitza com ha influït la cultura popular.

1.668 PERIODISTES ASSASSINATS

www.rsf-es.org/1668-periodistas-asesinados-en-los-ultimos-20-anos-80-al-ano-de-media-en-el-periodo-2003-2022/

Assassinats, executats, víctimes d'emboscades, morts en zones en conflicte... Segons Reporters sense Fronteres (RSF), 1.668 periodistes han estat assassinats en les dues darreres dècades (2003-2022) arreu del món. La mitjana és de més vuitanta morts per any.

CENTENARS DE PERIODISTES DETINGUTS EL 2022

www.wsj.com/articles/a-record-number-of-journalists-were-detained-worldwide-prior-to-evan-gershkovichs-arrest-cae34b14

Aquest article, inspirat per l'empresonament a Rússia d'Evan Gershkovich, reporter del *Wall Street Journal*, recull les dades del Comitè de Protecció de Periodistes: 363 periodistes detinguts l'any 2022 a més de 30 països, encapçalats per l'Iran, la Xina i Myanmar.

PABLO GONZÁLEZ

www.es.amnesty.org/en-que-estamos/noticias/noticia/articulo/amnistia-internacional-pide-que-cese-el-regimen-de-aislamiento-de-pablo-gonzalez-y-su-puesta-en-libertad-a-la-espera-de-juicio/

El periodista espanyol Pablo González, que cobria la invasió d'Ucraïna, fa més d'un any que està detingut a Polònia en aïllament, sota la sospita d'espia a favor de Rússia. Amnistia Internacional demana que surti en llibertat fins que se celebri el judici.

LA LLUITA PER ASSANGE

www.democracynow.org/2023/1/23/belmarsh-tribunal-dc-julian-assange-wikileaks

www.democracynow.org/live/coming_up_on-jan_20_belmarsh

Julian Assange, en tancar aquest llistat, fa quatre anys que està empresonat a la Gran Bretanya i en vies de ser extradit als Estats Units, on pot ser condemnat a cent setanta-cinc anys de presó per les filtracions de WikiLeaks. Ara que el seu nom ha desaparegut de molts mitjans, aquí teniu el textos i vídeos d'unes jornades recents en què experts com ara Amy Goodman, Noam Chomsky, Dan Ellsberg i Jeremy Corbyn expliquen per què hauria de ser alliberat.

CENSURA A LA XINESA

<https://pudding.cool/2022/08/censorship/>

Una bona idea periodística, molt ben desenvolupada. Explica com s'ha censurat a la Xina la sèrie d'humor *The Big Bang Theory*. En els primers cent episodis, han localitzat fins a dues-centes sis escenes, de tota mena, escurçades o eliminades. L'interactiu mostra una selecció de vídeos i en compara les versions.

NOU ANUARI MÈDIA.CAT

www.media.cat/anuari/

La desaparició dels corresponents internacionals i un estudi sobre la publicitat institucional, a més dels ajuts a mitjans de la Generalitat són alguns dels temes del nou Anuari *Mèdia.cat*, que es fa amb el suport del Col·legi de Periodistes. Es publica sencer en paper i té alguns articles en obert a Internet.



PIONERES DEL PERIODISME

https://llegim.ara.cat/reportatges/pioneres-periodisme-catala-l-oblit-reivindicacio_130_4567739.html

Després de restar oblidades durant dècades, noms com els d'Irene Polo, Rosa Maria Arquimbau, Anna Murià, Anna Maria Martínez Sagi i Llucietà Canyà protagonitzen antologies, estudis i biografies. Aquest article en parla.

CONTRA LA DESINFORMACIÓ A BRASIL

<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/>

L'agència brasilera Lupa es defineix com un centre per combatre la desinformació mitjançant la verificació de fets i l'educació mediàtica. Els estralls de la COVID a Brasil, els resultats de les polítiques de Bolsonaro i les mesures mediambientals en són el centre del treball.

CHATGPT, ALGORITMES I REPTES ÈTICS

L'arribada de la intel·ligència artificial impacta sobre el futur del periodisme



Els mals algoritmes informatius poden provocar l'extinció del pensament crític.

Fa prop de quaranta anys, l'historiador nord-americà Melvin Kranzberg va dir: "La tecnologia no és bona, ni dolenta, ni tampoc neutral". Una sentència que ve a tomb de l'onada d'articles que han aparegut arreu sobre el famós ChatGPT, que ja és un dels "personatges" populars del 2023.

L'arribada de l'era de la intel·ligència artificial (IA), proclamada per Bill Gates, ha reblat el clau. No és estrany perquè és una tecnologia potentíssima que tindrà implicacions en tots els camps del coneixement, inclòs el periodisme, en què pot aportar continguts i noves formes de distribució i interactivitat. I també crear-hi problemes i incògnites.

Com enumeren molts articles, la IA pot ser una gran ajuda per al periodisme i, de fet, ja es comença a utilitzar. D'altra banda, probablement, eliminarà llocs de feina, com ja han advertit empreses com Axel Springer. Aquests dos factors són importants i provocaran importants debats, però no són els únics reptes de cara al futur.

UNIVERS FASCINANT

Kevin Roose va escriure un article al *New York Times*, fruit d'una llarga interacció amb un derivat del ChatGPT. Assegura que li va explicar fantasies que inclouen piratejar ordinadors i difondre desinformació. I que volia trencar les regles que li havien imposat.

"La versió amb què em vaig trobar semblava (i sóc conscient de com de ximple sona això) més aviat un adolescent malhumorat i maníac-depressiu que ha quedat atrapat, contra la seva voluntat, dins d'un motor de recerca de segona categoria", escrivia Roose. Era una prova, però després d'altres incidents, ara sabem que el ChatGPT s'equivoca i que s'inventa dades.

És interessant com Sam Altman, responsable de l'empresa creadora del giny, explica en les entrevistes les virtuts de la màquina i els temors i dubtes que té. Quan li pregunten quins escenaris l'espanten més, el primer que respon és, literalment: "Problemes de desinformació".

La IA és complexa. Funciona amb algoritmes que decideixen infinitat de coses a la velocitat de la llum, utilitza programes d'aprenentatge que fan servir simulacions amb elements aleatoris, produeix entorns virtuals que poden patir "al·lucinacions", crea ginyes que parlen bé (tot i que potser no saben què diuen) i ofereix *deepfakes* visuals i sonores tan realistes que semblen de veritat. Un univers fascinant i inquietant.

Què hem de fer amb tot això? És difícil de dir, si bé cada vegada més veus recomanen prudència, un marc legal i mesures de control, com l'obligatorietat d'identificar els productes artificials i de citar-ne les fonts i els *copyrights* utilitzats.

Tanmateix, el tema central és saber com funcionen els ginyes i qui ho decideix. D'entrada, cal recordar que la neutralitat dels algoritmes és un mite absurd, probablement basat en la invisibilitat i l'opacitat actual. Estan farcits de biaixos culturals, de raça, de gènere i de tota mena, que determinen quina informació rebem i, potser, com pensem.

TEMORS RAONABLES

Segons Enrique Dans, expert en tecnologies de la informació, l'actitud en preguntar a una màquina tendeix a ser simplista i ingènua. Sovint, assegura, l'usuari, al rebre la resposta, es limita a "llegir unes quantes línies d'un text que tant pot haver sortit de l'opinió d'un Premi Nobel com d'una pàgina negacionista, terraplanista o conspiranoica i quedar-se amb la informació com si fos la veritat absoluta".

A més, i no és ciència-ficció, la intel·ligència artificial pot fer que els algoritmes aprenguin i evolucionin en cerca dels millors resultats possibles. Millors per a qui? Possiblement, per a qui els paga i els implementa. I això, informativament, pot ser perillós per als usuaris. Penseu què en pot sortir d'un sistema IA que apliqui sofisticades tècniques de pescaclics a les publicacions. O què inventarà qualsevol aspirant a Fox News, ara amb les vitamines d'aquesta tecnologia.

Alguns experts comparen, metafòricament, la IA amb un sofisticat lloro digital. Es basa en estadístiques, treballa buscant patrons d'èxit i els aplica. Són sistemes excel·lents en la imitació i tendeixen a ser seductors i amorals, diuen. "No els importa si és vertader o fals. Només els importa el poder retòric, si un oient o un lector està persuadit", llegim al *New York Magazine*.

La IA pot ser una gran eina al servei de la societat, però també un colossal mecanisme informatiu de persuasió i de manipulació. Però, tal com diu en una entrevista recent l'investigador català Ramon López de Mántaras, pioner en el camp de la IA, potser fa més por l'estupidesa humana que la intel·ligència artificial. "El mal ús de la intel·ligència artificial, això és perillós de veritat. Un mal ús de mala persona, o d'estúpid", conclou.

ENLLAÇOS

www.cjr.org/the_media_today/ai_software_chatgpt_journalism.php
www.journalism.co.uk/news/how-can-journalists-use-chatgpt-/s2/a1005273/
www.nytimes.com/es/2023/02/17/espanol/chatbot-bing-ia.html
<https://www.enriquedans.com/2023/01/cuando-el-algoritmo-piensa-por-ti.html>



VICTÒRIA, LA IRREDUCTIBLE

Elvira Altés | Generalitat de Catalunya, 2023 | 283 pàgines

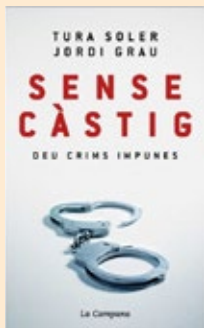
Hi ha un cèlebre poema de Bertolt Brecht que parla dels imprescindibles, que són aquells que lluiten tota la vida. Victòria Pujolar Amat forma part d'aquest selecte club. Revolucionària antifeixista i militant del PSUC, va patir la clandestinitat, les presons de la dictadura franquista i l'exili francès. Durant set anys va ser la veu en català que cada dijous, des de Bucarest, s'escoltava furtivament a Radio España Independiente, *La Pirenaica*. A més, mare de quatre fills i apassionada per la pintura, va haver de concertar-ho tot plegat —militància, justícia social, maternitat i vocació— amb l'atzarós nomadisme i la clandestinitat, l'endèmica precarietat econòmica i les renúncies doloroses. L'autora recull fil per randa la trajectòria vital d'aquesta dona irreductible a partir de les anotacions biogràfiques que la mateixa Victòria Pujolar va escriure amb noranta anys, els enregistraments filmats pel seu fill Carlos i entrevistes, a més de xerrades amb persones que la van conèixer. Una dona imprescindible, lluitadora, tenaç, generosa i solidària que, el 2017, abandonava el món amb noranta-sis anys i que al cementiri de La Almudena va ser acomiadada per la família, tal com recorda la neta a l'epíleg, cantant *La Internacional*, tot honorant la fidelitat de Victòria a les seves conviccions.



ELS PORTAVEUS DE DÉU

Antoni Batista | Fragments editorial, 2023 | 184 pàgines

Parlar de Déu i dels texts sagrats des de les ciències de la comunicació. Vet aquí el que ens proposa Antoni Batista, periodista, professor universitari, melòman i savi, que ha utilitzat recursos com els registres lingüístics, l'anàlisi quantitatiu i qualitatiu, la semiòtica, les fonts i els canals, els receptors, l'anàlisi del discurs o el llenguatge no-verbal per interpretar l'evangeli, terme que en grec significa *missatge*. La propagació del missatge cristià és una de les campanyes de màrqueting més notables de la història de la humanitat, explica l'autor. Val a dir que Batista s'ha endinsat en les fonts originals i ha traduït amb tarannà contemporani els texts evangèlics que van ser escrits en grec. El llibre incideix, sobretot, en l'evangeli segons sant Joan perquè, segons l'autor, ofereix un caràcter semàntic, "un relat diferent, en el qual la vida de Jesús assoleix la màxima versemblança alhora que la seva major espiritualitat", mentre que els altres tres evangelis canònics tindrien un caràcter sinòptic. Batista ha estat professor a la UAB i a la URV i periodista especialitzat en situacions de conflicte.



SENSE CÀSTIG. DEU CRIMS IMPUNES

Tura Soler i Jordi Grau | La Campana, 2023 | 221 pàgines

La secció de Successos ha estat, tradicionalment, un espai força cobejat pels lectors dels diaris i, de vegades, mòbil de les vendes. D'un temps ençà, la crònica negra viu un moment especialment dolç. A més, és el gènere periodístic que s'ajusta més a la intromissió literària sense deixar-ne rastre. Els autors del llibre són dos periodistes de la vella escola que han crescut en la secció de Successos d'*El Punt Diari* i que s'han endinsat en prefectures i comissaries, sales d'autòpsies, jutjats i bars de mala nota a la recerca de "la font"; han assistit a interrogatoris i han presenciat detencions, han vist suposats culpables lliures i algun innocent emmanillat a la banqueta dels acusats. I també han estat testimoni de casos en què el crim queda impune, així com casos irresolts que encara els fan ballar el cap. Les vuit històries que conté el llibre tracten d'això, de crims sense càstig. Excepte un: l'assassí en sèrie alemany que es va penjar a la cel·la abans del judici. La resta d'aquests crims han estat sobreseguts i els perpetradors anònims han continuat la seva vida, potser plàcidament.



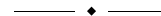
ANTONI DALMAU I RIBALTA. OBRA DE GOVERN, 1983-1987.

Joan Brunet i Mauri
Diputació de Barcelona, 2023
130 pàgines



Les eleccions municipals de 1979, amb victòria contundent de les esquerres, van permetre l'obertura de portes i finestres d'un país reclus i encarcerat per la dictadura franquista i la consegüent regeneració política i administrativa de les institucions. De les diputacions, per exemple.

Aquest no és un llibre d'història ni una biografia. Com diu l'autor "és només una narració —i alhora balanç— d'un dies": els que transcorren entre el desembre de 1982 i el juliol de 1987, quan Antoni Dalmau accedeix a la presidència de la Diputació de Barcelona. La transformació radical d'aquest ens i la conquesta de la democràcia municipal se'ns presenta mitjançant texts, notes i intervencions de Dalmau mateix i dels testimonis de diputats que van formar part del seu equip de govern.

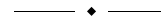


EL RADIOFONISTA

Gaspar Hernández
Columna edicions, 2023
233 pàgines



Durant més de quaranta anys l'autor ha estat, gairebé cada dia, davant d'un micròfon. Són molts anys d'ofici que permeten aplegar un munt d'anècdotes, històries vitals, records, nostàlgies i experiències sobre la vida i la ràdio. Així, amb un grapat de històries, Gaspar Hernández ha modelat un homenatge a la ràdio i a la seva essència: la veu. "Potser la veu és l'autèntic mirall de l'ànima", escriu. La desena de relats recollits en el llibre tenen com a punt de partida —o punt d'inflexió— la ràdio, els tertulians i els heterogenis protagonistes que van desfilar —o no— per molts programes: de la fàrmacèutica d'Olot a Lluís Racionero, d'Esteve Riera a Carles Cuní, de Ràdio En Bas a Catalunya Ràdio.



GUANYEM LA LLENGUA. EL CATALÀ DURANT EL FRANQUISME

Elena Yeste Piquer
Editorial Fonoll, 2022
195 pàgines



“Estad seguros, catalanes, de que vuestro lenguaje en el uso privado y familiar no será perseguido”: així començava el ban del general en cap dels serveis d’ocupació de Barcelona. L’inici, després de la guerra, doncs, no podia ser massa promissori per a aquell “lenguaje”, més atansats a la

clandestinitat que a la pedagogia. L’autora recull una sèrie de reportatges seus publicats al magazín *La Mina* sobre l’ensenyament del català durant el franquisme pels quals desfilen els professors pioners dels anys quaranta que impartien classe a domicilis particulars, els primers manuals de gramàtica –el mític *Signe*–, els cursos de català per correspondència, les revistes resistents o les campanyes de promoció de l’idioma com el *Català a l’escola*. I així es va salvar una llengua. Potser un país...

FILM&SODA

Rosa Maria Arquimbau
Comanegra, 2022
204 pàgines



El títol del llibre prové de la secció fixa que Rosa Maria Arquimbau tenia al setmanari *La Rambla* entre 1930 i 1932, un fet inèdit –disposar d’un espai propi en un mitjà– atesa la condició de dona i la seva joventut. El llibre, doncs, aporta un compendi dels articles d’Arquimbau publicats a

la columna *Film&Soda*, més una selecció dels que va publicar a *L’Opinió* i tres reportatges periodístics per al setmanari *Imatges*. Amb una clara vocació feminista i l’ús precís de la ironia, els seus articles polèmics provocaven sovint respostes irades a la premsa de caràcter conservador. Les temàtiques escollides per a la columna eren força diverses: el laïcisme, la pena de mort, la moda, les presons de dones, la moralitat, el teatre català, el dret a votar de les dones...

MARKETING CINEMATGRÁFICO Y DE SERIES

José Vicente García i Miriam Rodríguez
Editorial UOC, 2023
216 pàgines



La disciplina del màrqueting es troba àmpliament estesa en el sistema universitari i amb la consegüent oferta de màsters en variades institucions públiques i privades. Però la cobertura no abasta totes les vessants d’aquesta ciència. A diferència del màrqueting financer, immobiliari o digital, posem per

cas, a l’Estat espanyol ens trobem amb una relativa escassetat de bibliografia i de treballs d’investigació sobre el màrqueting cinematogràfic, a diferència de països com França o Estats Units. L’objectiu dels autors és aportar eines per a bastir projectes eficients de comunicació i màrqueting idonis per a films, sèries i documentals, fonaments, al capdavant, de la indústria audiovisual actual.

ROSES DE FOC DE BARCELONA

Andreu Farràs
Edicions 62, 2023
266 pàgines



Friedrich Engels va escriure que Barcelona és la ciutat que registra més lluites de barricades que qualsevol altra ciutat del món. Entre les primeres bullangues de 1835 i els Fets de Maig de 1937, la ciutat va viure quatre guerres civils, una quinzena d’episodis d’ira popular i dilatades temporades d’estats

d’excepció i de setge amb les garanties constitucionals anul·lades. L’autor elabora una crònica precisa de les revoltes populars i les repressions del poder que s’han viscut a la Rosa de Foc durant aquests cent anys: el pistolisme, la vaga de La Canadenca, la Setmana Tràgica, el bombardeigs de la ciutat de Prim i Espartero... Com a epíleg, el llibre recull el darrer i recent capítol de protestes multitudinàries de l’1 d’octubre de 2017.

MEMÒRIES DE JAUME CARRERA I PUJAL (1895-1961).

Jaume Carrera i Pujal i Jaume Carrera Cunillé
Pol-len edicions, 2023
104 pàgines



Periodista i historiador català molt vinculat a Castellterçol, va escriure les seves “dades biogràfiques” –com ell les anomenava– pels volts de 1949. Els textos van romandre en un calaix durant dècades fins que el seu net, Jaume Carrera i Cunillé, va decidir publicar la biografia de l’avi.

Aficionat al teatre, redactor de *La Veu de Catalunya* i *El Poble català*, fundador del diari *El Castell*, d’existència efímera, i la revista *Catalunya Marítima*, i director de les publicacions de la Cambra de Comerç i Navegació de Barcelona, també va ser un prolífic autor de llibres d’investigació com *Historia de la economía española*, *Historia política y económica de Catalunya. Siglos XVI, XVII y XVIII*, *La Lonja de Mar y los Cuerpos de Comercio de Barcelona*, entre altres.

A LES PROFUNDITATS DE LES BUTXAQUES

Josep Lluís Micó
Edicions Saldonar, 2023
225 pàgines



Aquest és el tercer llibre en què l’autor navega per les aigües poc transitades del periodisme literari amb virtuosa solvència. Aquest cop es tracta de dues històries. Una –*Et deix*– recull els records d’un prestigiós catedràtic nord-americà a punt de jubilar-se entorn la relació amorosa amb

un brillant alumne seu mantinguda anys enrere. Una relació primària, erudita i clandestina que inclou la responsabilitat d’una mort. L’altra –*Història contemporània*– és un estudi sociològic i un reportatge periodístic alhora sobre la mítica Ruta del Bakalao a partir del projecte empresarial –la construcció d’un hotel especial– de dues dones, una cambrera i una empresària, que es van conèixer en aquelles rutes salvatges i es retroben trenta anys després.



VARGAS LLOSA SUBE AL ESCENARIO

Sergio Vila-Sanjuán | Libros de Vanguardia, 2022 | 309 pàgines

El títol porta a equivoc: la de Vargas Llosa és una més de la vuitantena de ressenyes, concisos apunts publicats per l'autor en una dilatada carrera com a periodista cultural a *La Vanguardia*. El perfil és un gènere periodístic força debatut i imprecís: de vegades és un esbós general, de vegades un tret distintiu, de vegades una conversa, de vegades un aribut, una fita... Però sempre, a la cerca de la definició existencial del personatge. El ventall professional dels personatges seleccionats és divers: escriptors, historiadors, actors, pintors, arquitectes, periodistes, editors... I la raó de l'elecció l'explica el mateix autor: "Uns m'han enriquit; altres m'han sorprès; altres han reafirmat l'opinió que tenia sobre ells. De tots n'he après". La presència dels personatges retratats al llarg de les pàgines obeeix a simples raons alfabètiques: la primera és l'escriptora Margaret Atwood i el pintor Andrew Wyeth tanca el llibre. Entremig, Miquel Barceló, Ricard Bofill, García Márquez, Javier Tusell, Juan Cruz, Paco Daurella, Rudolf Hässler, Oriana Fallaci, Tom Wolfe, Pérez Reverte, Kapuscinsky, Peter Berger, Don Winslow, Ouka Lele, i molts més –fins a vuitanta– que han permès Vila-Sanjuán aprendre de tots ells.



NO SERÀ FÀCIL

Jordi Rovira | La Campana, 2022 | 539 pàgines

"És la filla d'en Biarnés". Així va començar la trajectòria de Joana Biarnés, ben joveneta, amb la Leica penjada al coll i l'astorament dels fotògrafs que cobrien els esdeveniments esportius. L'inicial escut patern, un reconegut fotògraf del moment, va ser imprescindible per poder accedir a un univers d'homes, esdevenir la primera fotoperiodista d'Espanya, consolidar-se professionalment al diari *Pueblo* i retratar la flor i nata d'aquella Espanya tèrbola de la dictadura i d'aquells que venien atrets pel seu "exotisme", com Els Beatles, Ava Gardner, Dominguín, Dalí, Jackie Kennedy, Katherine Deneuve, Julio Iglesias, Serrat, Raphael, Audrey Hepburn, Nureyev, Lola Flores, Orson Welles, Rita Hayworth, Adolfo Suárez... Molts fotoreportatges portentosos. Fins que, inesperadament, l'any 1985, abandona per sempre més la fotografia, marxa a Eivissa i obre un restaurant Ca Na Joana. L'autor, codirector del documental sobre Biarnés que va descobrir-la al gran públic i que té l'origen en un article de CAPÇALERA, ha treballat amb un munt de material inèdit, fruit de les converses i de les entrevistes amb més de cinquanta amics, companys de feina i coneguts de la Joana.



METAVERSO

Sangkyum Kim | Anaya Multimedia, 2023 | 272 pàgines

El *metavers* és un concepte que encara no disposa d'una definició precisa. Tot ha començat amb els jocs en línia, les xarxes socials o els serveis de plataformes i l'expansió en el món de la realitat augmentada no té límits. Com diu l'autor, "segueix sense estar clar si el metavers esdevindrà una utopia o una distopia". De fet, el creixement de les empreses que controlen el metavers ja és superior al de les empreses de fabricació i distribució tradicionals. El llibre comença amb la descripció del context en què neix el metavers, la importància en la història de la humanitat i el valor com mitjà de comunicació. A continuació, l'autor tracta els quatre tipus de metavers: el món de la realitat augmentada, el *lifelogging* –la bitàcola digital que registra tots i cadascun dels moments de la vida de la persona–, els mons miralls i els mons virtuals. En el darrer capítol s'analitzen aspectes ètics, legals, econòmics i psicològics del metavers. Sangkyum Kim és professor a l'Escola de Postgrau de Negocis i Administració de la Universitat de Kyung Hee (Corea del Sud).

LA VOZ DE LAS SIN VOZ

José Emilio Pérez Martínez

Sílex ediciones, 2022

578 pàgines



A mitjan setanta, naixien a Barcelona les primeres ràdios lliures (Ràdio Pica, Ona Lliure...) que van aportar un alè fresc i renovador a l'encotillat panorama radiofònic del moment: uns projectes emancipadors i autogestionats, lliures del control institucional o de la promoció d'empreses o entitats públiques, gestionat per gent del carrer, no professionals, del barri, sense organitzacions pel mig. El moment d'esplendor abasta des de la Transició fins a la modernització socialista (1975-1997), i és, precisament, en aquest lapse de temps en què s'han concentrat les investigacions de l'autor. A més, el llibre desvela les dinàmiques internes i les programacions d'aquestes emissores i com van esdevenir espais comunitaris on construir nous significats. José Emilio Pérez és doctor en Història Contemporània i doctor en Periodisme per la Universitat Complutense de Madrid.

BARCELONA-INFORMACIÓ, 40 ANYS DE COMUNICACIÓ CIUTADANA

Coord. Armand Gasulla

250 pàgines



El servei del telèfon 010, el paper determinant que Barcelona-Informació va tenir amb motiu dels Jocs Olímpics del 1992, l'exportació del model de gestió d'aquest servei a altres administracions, empreses i entitats, la gestió de la comunicació de l'esvoranc al barri del Carmel, o, més recentment, els canvis estructurals del servei deguts a la crisi sanitària de la covid-19 són algunes activitats i accions clau en la vida de la ciutat en què Barcelona-Informació ha estat fonamental. El llibre constitueix un exercici de memòria històrica de quaranta anys de comunicació ciutadana plasmat en cinquanta-cinc articles escrits pels mateixos protagonistes dels esdeveniments i acompanyat de gairebé dues-centes fotografies i il·lustracions.

ESTATS UNITS, EL PAÍS DE LES CONTRADICCIONS

Xesco Reverter
Ara Llibres, 2022.
320 pàgines



L'autor, corresponsal de tv3 durant cinc anys als Estats Units, ens ofereix un viatge estimulant a través de l'Amèrica profunda i ultraconservadora, engolida per les seves pròpies contradiccions: de la torxa de la llibertat de l'illa Ellis que rebia els immigrants, a la frontera violenta de Río

Grande; del *Nosaltres, el Poble* en el preàmbul de la Constitució al racisme sistèmic. El llibre està dividit en una dotzena de capítols, en cadascun dels quals s'analitza, amb testimonis i relats esfereïdors, els estralls estructurals que ofeguen el país: la plaga dels opiacis que mata anualment 100.000 ciutadans, la cultura de les armes, el llegat racista –encara molt present en alguns estats de la Unió–, el brutal sistema penitenciari, la violència policial, el “trumpisme” o l'encara vigent puritanisme.



EL AÑO QUE LLEGÓ PUTIN

Anna Bosch
Los Libros de la Catarata, 2023
171 pàgines



Quan Anna Bosch va arribar a Moscou com a corresponsal de TVE era l'estiu de 1998 i Vladimir Putin encara dirigia els serveis secrets russos, l'FSB, organisme hereu de la KGB. Els noranta havien estat anys de decadència, frustració, empoïbriment, extrema corrupció i desballestament del passat soviètic i Rússia, al final de la

dècada, havia tocat fons. L'autora arriba en aquest moment, just quan emergeix una figura del no-res, no massa coneguda, per assumir la presidència del país: Putin. Conèixer l'ànima russa, el tarannà del poble rus i la seva idiosincràsia és imprescindible per a comprendre tot el que ha vingut després fins avui, que és, al capdavall, el que pretén l'autora en les pàgines d'aquest llibre.



AMAZON

Jordi Ordoñez i Miguel Nicolás
Ediciones Anaya Multimedia, 2022
224 pàgines



Bandejant consideracions ètiques, morals, ambientals, polítiques, laborals, socials, econòmiques o culturals, el fet de comprar a Amazon –beneficis nets de gairebé 40.000 milions de dòlars l'any passat– és força simple. No ho és tant vendre. Aquest

manual va adreçat a tots aquells ciutadans de qualsevol tipus o sector que vulguin comerciar els seus productes mitjançant la corporació de comerç electrònic més gran del món: aprendre les diverses maneres de vendre; conèixer els diversos models de negoci que es poden incorporar a la plataforma; per a qui és i per a qui no és Amazon, ja que no sempre és rendible ni recomanable per a tot el món; com funciona l'entrellat de la seva logística o en què consisteix el SEO per a aquesta multinacional.



PRENSA Y POLÍTICA EN LA ESPAÑA CONTEMPORÁNEA

Juan Carlos Sánchez Illán
Tecnos, 2023
232 pàgines



El llibre tracta l'evolució històrica de diferents mitjans de comunicació espanyols com a elements decisius en l'arquitectura de l'esfera pública i de la comunicació social en els contextos sociopolítics que han tutelat el país: l'absolutisme, el liberalisme oligàrquic, la dictadura i l'actual

sistema democràtic constitucional. Hi ha, però, una característica comuna, una constant, que ha marcat els mitjans periodístics al llarg de tots aquests sistemes polítics: és el que l'autor anomena *el negoci de la influència*, un requisit més valorat que el compte de resultats del diari i que permet –i afavoreix– que els interessos d'individus, grups de pressió, institucions, corporacions o partits polítics prevalguin en els continguts per tal d'influir i condicionar l'opinió pública.



DAINICHI

Ramon Vilaró
Ediciones Eunat, 2022
350 pàgines

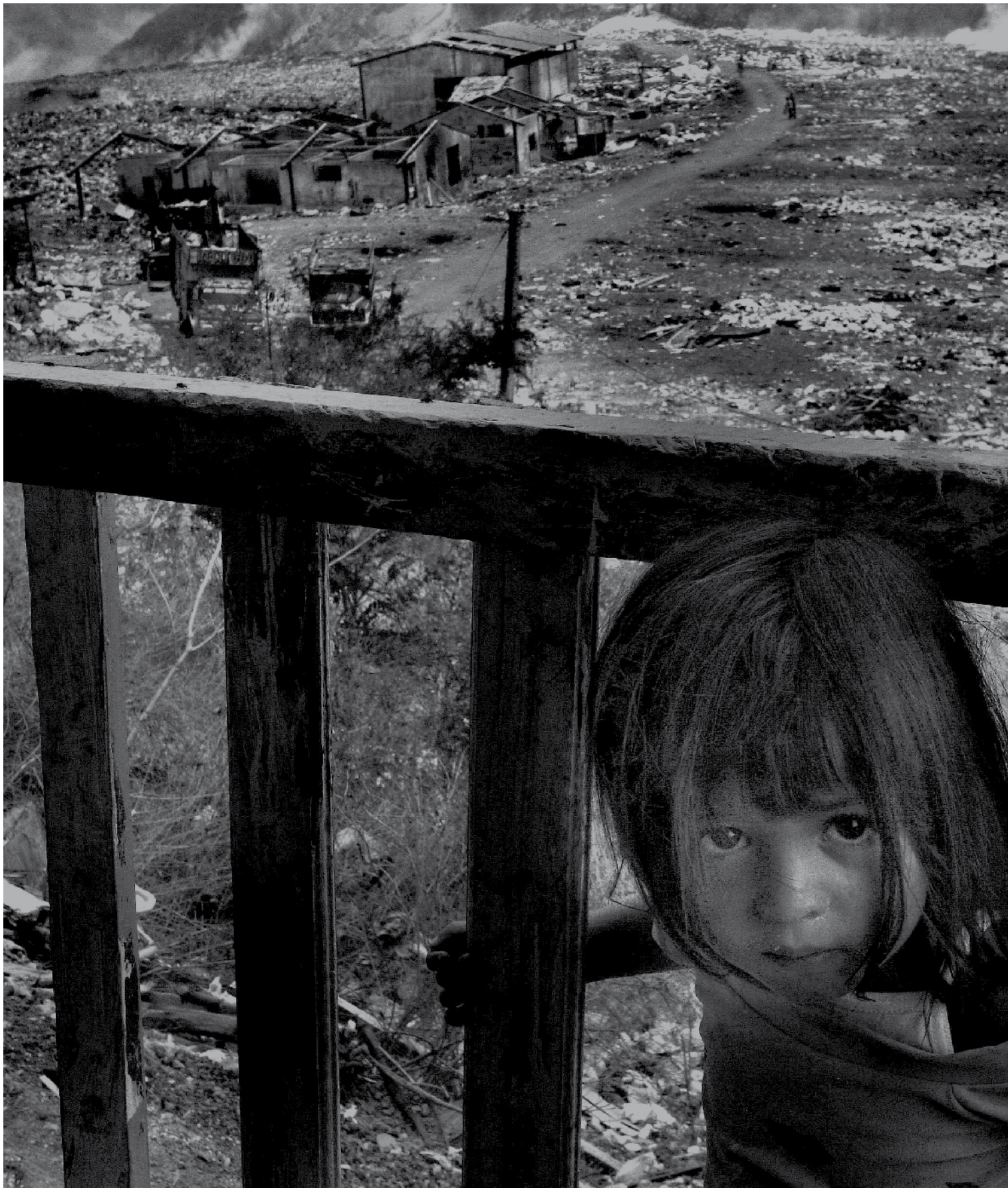


Dainichi ni orai (Déu Suprem i Absolut, en japonès) va ser l'expressió escollida pel missioner Francisco Javier de Jaso Azpilicueta per traduir el concepte cristià de divinitat i divulgar el cristianisme per terres japoneses. El llibre narra amb fidelitat històrica els

tres anys que aquest aventurer navarrès, un dels fundadors de la Companyia de Jesús, va romandre al sud del Japó propagant la seva fe i enfrontant-se als poderosos *daimios* (senyors feudals) locals, als *bonzos* budistes i sintoistes que censuraven el seu intrusisme i a les mil·lenàries tradicions d'una civilització refinada molt aliena a la cultura europea. Ramon Vilaró és periodista i escriptor i durant vint anys va ser corresponsal d'*El País* a Brussel·les, Washington i Tòquio.



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





— • LA FOTO • —

MIG SEGLE DE COMPROMÍS

Fins al 18 de setembre, la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes acull l'exposició "50 anys de fotoperiodisme de Kim Manresa". Aquest fotògraf barceloní ha destacat, des de ben jove – quan sent adolescent retratava la problemàtica dels barris de la capital catalana – pel seu compromís social, que s'ha traslladat als milers d'imatges que ha publicat en una prolífica i guardonada trajectòria. A la fotografia, una nena a casa seva amb vistes a l'abocador d'escombraries, a Quito (Equador, 2007).

Kim Manresa

MIQUEL RUIZ

El fotògraf Miquel Ruiz Avilés va morir, el 5 de febrer, a seixanta-nou anys. Nascut el 1954 a Purullena (Granada), de petit es va traslladar amb la família a l'Empordà. Autodidacte, va exercir a *Punt Diari*, *El Observador*, *La Vanguardia*, *El Mundo*, *El País*, *El Periódico*, *ABC*, *Lecturas* o *Interviú*, a part de les agències Cover i EFE. El 1993, va ser un dels fundadors de l'ONG Fotògrafs per la Pau. Al llarg de la seva trajectòria, va utilitzar la fotografia per denunciar la injustícia i per promoure la solidaritat. Entre els seus treballs, hi destaca la cobertura de la guerra dels Balcans. El 2010, va patir un ictus que va apartar-lo de la feina com a fotògraf. Aquell mateix any, va donar més de cent mil fotografies a l'INSPAI, Centre de la Imatge de la Diputació de Girona. La delegació a Girona del Col·legi de Periodistes tenia previst reconèixer-lo com a col·legiat d'honor en el marc de la Setmana dels Rahola. El reconeixement, dos dies després de la seva mort, li va arribar a títol pòstum.



JESÚS ENRIQUE DE PEDRO

El passat 10 de febrer, va morir Jesús Enrique de Pedro a vuitanta-cinc anys. Aquest igualadí que professionalment treballava com a funcionari municipal —va arribar a ser cap de Relacions Públiques i de Protocol de l'Ajuntament— va estar molt vinculat a Ràdio Igualada, on va desenvolupar una llarga trajectòria i on va viure diferents etapes professionals, fins al punt de ser-ne cap de Programes i director. També va estar molt implicat en la vida associativa de la seva ciutat.



JAVIER TAGLE

L'11 de febrer va morir Javier Tagle. Entre final dels anys seixanta i inici dels vuitanta, va estar vinculat a EAJ 15 Radio España de Barcelona—Cadena Catalana, on va crear programes molt populars com *Contraste de pareceres*, *Blanco o negro*, *Qué opina vd?*, *Catalunya bajo el sol* i *Radio Domingo*. Va formar part del primer equip d'Informatius de Cadena Catalana durant la Transició. Potseriorment va exercir com a cap de Programes.



PERE RÍOS

El passat 18 de febrer, va morir el periodista Pere Ríos (Sant Boi de Llobregat, 1962), víctima d'un càncer a seixanta anys. Llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB i en Dret per la UOC Catalunya, va començar la carrera com a corresponsal d'*El País* al Baix Llobregat i a l'Hospitalet. Havia treballat a la secció de Reportatges i de Societat d'*El Observador*, així com a Successos i Tribunals al *Diari de Barcelona* i a l'*Avui*. Des de mitjans dels anys noranta, treballava a *El País* de Barcelona, on va cobrir informació judicial i, després, informació política. Era autor del llibre *Banca Catalana: caso abierto* (Editorial Península, 2015). Pere Ríos era pare de dos fills.



MÀRIA SÁNCHEZ

La periodista Mària Sánchez Ledesma va morir, el 16 de març, a cinquanta-nou anys, víctima d'un càncer que li havien detectat mesos enrere. Durant quasi tota la vida laboral va treballar als serveis informatius de TVE a Catalunya, on estava especialitzada en informació municipal sobre Barcelona. El 1996, va crear i dirigir *El escarabajo verde*, un programa pioner dedicat al medi ambient. La Junta de portaveus del consistori barceloní va acordar atorgar-li, a títol pòstum, la Medalla d'Or en reconeixement a trenta-cinc anys de trajectòria, vint dels quals dedicats a la informació de la ciutat. També era autora de *La República que vam viure*, novel·la que va escriure amb el marit, el també periodista Manel Lucas, amb qui tenia dos fills.



Mària Sánchez era una especialista de la informació de Barcelona. Foto: RTVE



MARINA BRU

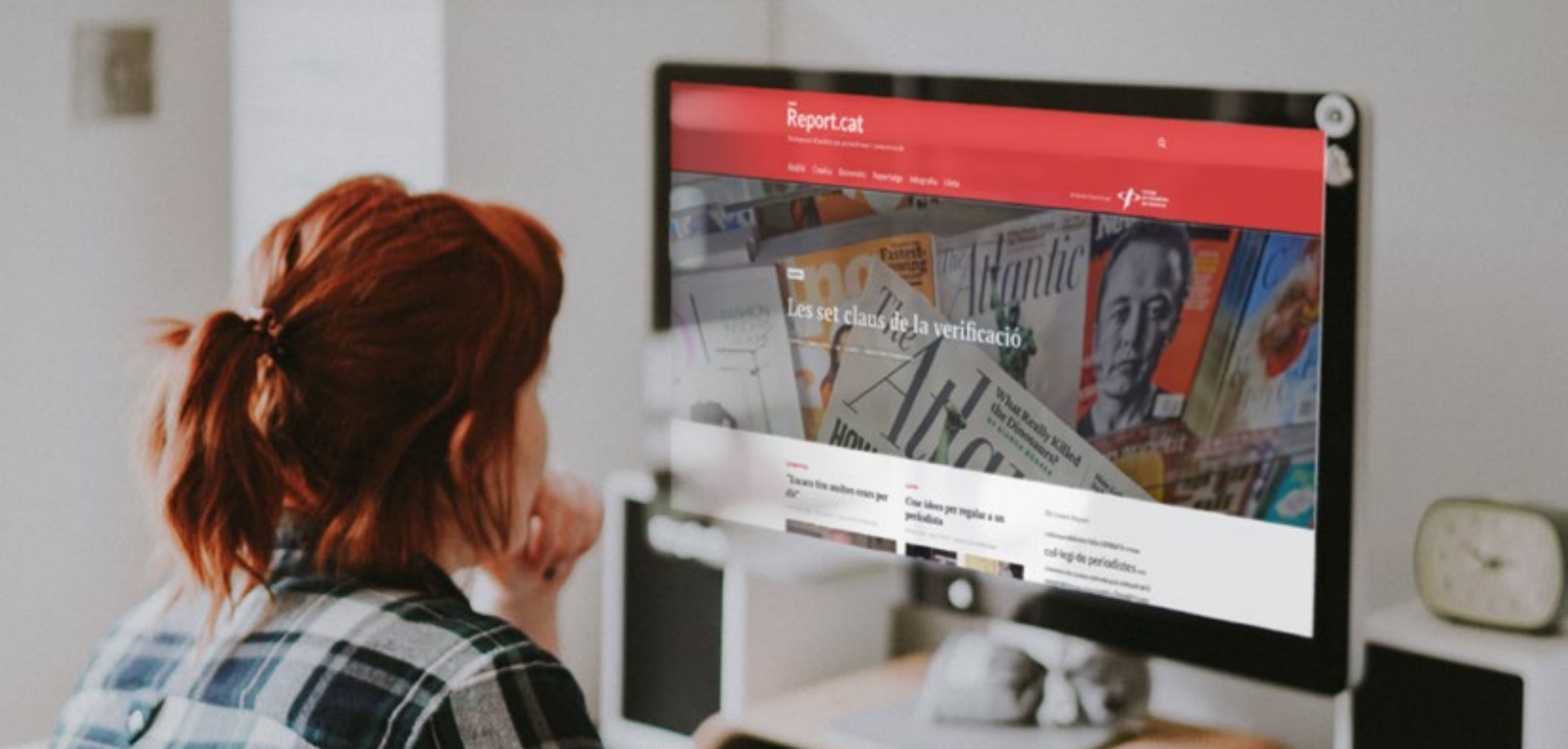
El 10 de maig, va morir Marina Bru Puron, periodista i dirigent socialista, a noranta-cinc anys. Nascuda a Lleó, el 1928, va treballar a Madrid a *Informaciones* fent crítiques de cinema. El 1961, es va traslladar a Catalunya, on va ser directora de les revistes *Materiales* i *Noche y Día*. També va exercir a *Diario femenino*, *Diari de Barcelona* i *La Gaceta*, entre altres. Va ser una de les fundadores de l'ACIAL, l'actual Associació de Comunicació Pública, i va ser cap de premsa (1989–2011) i tinent d'alcalde de Relacions Institucionals (1991–1995) de l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat, on va dirigir l'emissora municipal, una de les primeres ràdios municipals dels vuitanta. També va ser vicepresidenta del Consell Assessor de RTVE a Catalunya pel psc. Va rebre el premi Rosa del Desert de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya, la Creu de Sant Jordi i el premi especial Ciutat de Sant Boi.



MATEO MADRIDEJOS

El 21 de maig, va morir Mateo Madrdejós (Quesada-Jaén, 1932) a noranta anys. Referent del periodisme internacional, es va graduar a l'Escola Oficial de Madrid i també es va llicenciar en Dret i en Història. Al anys seixanta, ja va exercir a Barcelona —on viuria fins a la seva mort— com a comentarista de política internacional a *Tèle/Exprés* —va ser-ne corresponsal a París— i a *Destino*. Sotsdirector d'*El Noticiero Universal* i del *Full del Dilluns*, posteriorment seria redactor en cap d'*El Periódico de Catalunya* i cap d'*Internacional d'El Observador*. Retirat per problemes de salut, va continuar publicant anàlisis al seu blog *El Observatorio mundial*. Va ser autor de diferents llibres. El darrer fou *El siglo de Asia* (Círculo Rojo, 2021), una selecció d'articles del seu blog.





Report.cat

El setmanari del Col·legi
de Periodistes de Catalunya

Vols participar-hi?

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

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

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

Organitza:



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·labora:



fundació

Ferrer Eguizábal

GENER

2 de gener

GUIA INTERCULTURAL. L'Ajuntament de Barcelona edita la *Guia de comunicació amb perspectiva intercultural*, una eina que conté recomanacions per fer servir la llengua de manera inclusiva, promoure la diversitat i combatre els discursos racistes i d'odi. El document també proposa fer canvis en expressions arrelades que provenen de prejudicis ètnics i racials.

TV3, LA MÉS VISTA. TV3 tanca el 2022 com la cadena més vista a Catalunya. Ho fa per tretzè any consecutiu, amb un 14,1% de quota de pantalla, una dècima per sobre de les dades del 2021. En l'àmbit estatal, és Antena 3 qui s'emporta el primer lloc com a televisió més vista, amb una quota de 13,9% de mitjana, i d'aquesta manera destrona Telecinco, que havia estat hegemònica durant una dècada.

5 de gener

LLOMBART, A EL NACIONAL. L'exsecretari de Difusió de la Generalitat, Jofre Llobart, és nomenat director de la nova àrea d'Audiovisuals d'*El Nacional.cat*. El mitjà aposta per nous formats d'àudio i vídeo que presentarà aviat. Anteriorment, Llobart havia format part del Grup Godó, en programes com *El món a RAC1* i sotsdirector de l'emissora des del 2019.



Foto: RAC1

Llobart en una imatge d'arxiu

GORDILLO, CESSAT. El mitjà digital *El Principal* cessa el periodista Saül Gordillo com a director, després d'analitzar les dues denúncies que l'inculpen. Gordillo, que al desembre ja havia estat apartat del càrrec, està acusat d'una pressumpta agressió sexual a dues treballadores del digital durant un sopar d'empresa celebrat l'1 de desembre. El mitjà defensa que va posar en marxa el protocol que recomana la Generalitat en aquests casos.

8 de gener

INFLUENCIADORS EN CATALÀ. El canal SX3 estrena un programa per impulsar l'ús del català entre el jovent, a través d'influenciadors i joves creadors en aquesta llengua. El presenta Laia Oli i té format de concurs. *Influencx3r* és una producció de SX3 en col·laboració amb YouPlanet. El programa també convida els joves a participar-hi a través de les xarxes socials i a fer de comentaristes dels vídeos que s'hi penguin.

10 de gener

INSEGURS AMB EL FUTUR. El Reuters Institute for the Study publica l'informe *Journalism, media, and technology trends and predictions 2023*, sobre les tendències que enguany marcaran el periodisme. La sostenibilitat dels mitjans preocupa, així com la incertesa per l'avinentesa política i social. De fet, l'estudi assenyalava que menys de la meitat dels editors enquestats se senten segurs de les seves perspectives de negoci.

15 de gener

VAGA A BARÇA TV. Els treballadors de Barça TV intensifiquen les protestes per reclamar condicions laborals "dignes". I coincidint amb la final de la Supercopa contra el Reial Madrid, la plantilla fa una aturada per demanar un augment de sou dels professionals de l'empresa. Els treballadors estan subcontractats a través de Telefónica Broadcast Services Catalunya (TBSC), i asseguren que la proposta de la direcció per millorar la seva feina és "insuficient".

18 de gener

MENYS PERIODISTES ATURATS. Segons indica l'Informe anual de la professió periodística del 2022, el nombre de periodistes aturats en el conjunt d'Espanya disminueix un 16,7%. En concret, de 7.332 periodistes sense feina del 2021, s'ha passat a 6.098 l'any passat. El descens de l'atur entre els professionals de la informació és superior al del 2021, que va ser d'un 15,2%, mentre que el 2020 va créixer un 23,3% per causa de la pandèmia.

19 de gener

MARCHANTE PRESENTA LLIBRE. La primera entrevista del 2023 del cicle "Periodisme Sud", organitzat per la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes, serveix perquè la periodista Karmele Marchante presenti el seu llibre *No me callo*, en el qual desgrana parts de la seva vida de manera clara i

contundent. L'entrevista és conduïda per la catedràtica i també periodista Amparo Moreno.

OTERO TORNA A TVE. Televisió Espanyola estrena *Días de tele*, el nou programa que suposa el retorn de la veterana professional Julia Otero a la cadena pública després d'una dècada. L'espai setmanal repassa els moments històrics de la televisió dels últims cinquanta anys, a través de l'humor, les entrevistes, la música i talls de vídeo.



Foto: TVE

Otero estrena projecte a TVE

20 de gener

LA FORÇA EBRENC. Un any més, la Nit de la Comunicació, que organitza la demarcació de Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes, recupera les trajectòries professionals dels periodistes del territori. Per tot plegat, fins a nou comunicadors reben un premi a la seva tasca en una gala celebrada a l'Hotel Corona de Tortosa. Aquesta edició dels guardons també reconeix la trajectòria de la jove periodista rapitencina Joanna Pardos.



Foto: Rosa Garcia

Foto de família dels guardonats

RECORDANT KUCIAK. Estrenen el documental *The killing of a journalist* sobre l'assassinat, el 2018, del periodista eslovac Ján Kuciak i de la seva parella, Martina Kúšnírová. Es pot veure a la plataforma Filmin i és dirigida per Matt Sarneck. Kuciak va investigar casos de corrupció i frau d'empreses, i poc després de la seva mort es va filtrar l'expedient del cas, que

indicava la connivència entre el milionari Marián Kocner –qui hauria donat l'encàrrec de matar el jove periodista– i polítics, jutges i policies.

23 de gener

CIBERASSETJAMENT A DONES. El Parlament acull una taula rodona en la qual s'aborda la problemàtica del ciberassetjament a les dones periodistes. Aquesta forma de violència és una de les que més creix els darrers anys. La UNESCO, de fet, conclou que un 73% de les professionals han patit quan les informacions que han publicat han estat incòmodes per al poder.

24 de gener

EL DIA DELS PERIODISTES. Javier Vilanova, bisbe auxiliar de l'Arquebisbat de Barcelona, presideix una missa en record de tots els periodistes que ens han deixat l'últim any. Ho fa amb motiu de la commemoració del dia de Sant Francesc de Sales, patró dels periodistes. La cerimònia se celebra a la parròquia de Sant Francesc de Sales de Barcelona. Seguidament, hi ha un dinar a peu dret per a tots els assistents.

25 de gener

DENÚNCIA A ELDIARIO.ES. L'alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz, denuncia als tribunals *eldiario.es* i tres dels periodistes del digital per un presumpte

delicte d'atemptat contra l'honor i la dignitat. Els reclama 50.000 euros per una desena d'articles en els quals els professionals van posar sobre la taula el processament del marit i fillastre de Muñoz per narcotràfic, així com l'important patrimoni de l'alcaldesa.

26 de gener

HISTÒRIA D'EL DILUVIO. S'inaugura l'exposició sobre *El Diluvio*, el gran diari popular de Barcelona durant la Segona República. La mostra s'estrena a la seu del Col·legi de Periodistes a la capital catalana, on es fa valer el paper protagonista que va tenir aquest mitjà de comunicació durant l'experiència republicana dels anys trenta. Es mostren més de cinquanta imat-

Amb els plàstics, menys és més

Dia Mundial del Medi Ambient
5 de juny de 2023

Aigua d'aixeta

- És sostenible
- És segura
- És de qualitat

Aigua embotellada

L'ampolla de plàstic pot trigar fins a 1.000 anys a degradar-se

La millor combinació: aigua d'aixeta en envàs reutilitzable

Omple · Beu · Repeteix

Consorci d'Aigües de Tarragona

ges, textos i documentació original que recorren la trajectòria del diari.

27 de gener

TV3 FA FORA MANEL VIDAL. La direcció de TV3 decideix acomiadar l'humorista Manel Vidal per una intervenció al programa *Zona Franca*. Ho fa per un esquetx en el qual Vidal fa servir un *political compass*, un gràfic que serveix per ubicar el votant a l'esquerra o a la dreta. El comediant va ubicar el votant del PSC en una part que no era un quadrat, sinó un espai en forma d'esvàstica.



Foto: TVC

Manel Vidal a *Zona Franca*

HISTÒRIA DE LA PREMSA LOCAL. L'Espai Línia, al carrer Girona de la capital catalana, estrena una exposició dedicada a la història de la premsa de proximitat de l'àrea metropolitana. La mostra repassa la trajectòria de diverses publicacions de Barcelona i de la resta de ciutats metropolitanes. En total, l'exposició compta amb portades d'un centenar de capçaleres, entre les quals una reproducció del primer número del *Diario de Barcelona*, publicat el 1792.

28 de gener

CONDEMNADA PER UNA ENTREVISTA. Un tribunal revolucionari del règim iranià condemna la periodista Nazila Maroofian per haver entrevistat el pare de Masha Amini, la jove kurda que va morir en dependències policials després de ser detinguda per no portar ben posat el vel islàmic. Maroofian està acusada de fer propaganda antigovernamental i de difondre notícies falses.

30 de gener

DÍAZ DEIXA EL ZONA FRANCA. Arran de la polèmica per l'acomiadament de l'humorista Manel Vidal del programa *Zona Franca* de TV3, el presentador, Joel Díaz, anuncia que deixa l'espai en considerar "injusta

i inacceptable" la decisió de la direcció de la televisió pública catalana. Un altre guionista del programa, Magí Garcia, també anuncia que abandona el *Zona Franca* pels mateixos motius.

PREMIS NACIONALS. El jurat dels Premis Nacionals de Comunicació distingeix la periodista Olga Viza amb un guardó en reconeixement a la "llarga trajectòria" de quaranta anys de professió. També concedeixen el Premi Nacional de Periodisme i Mitjans de Comunicació a Manel Alías, ex aequo amb la resta de professionals que han cobert la guerra a Ucraïna per als mitjans de comunicació catalans. D'altra banda, Cupra rep el Premi Nacional de Comunicació Publicitària i Corporativa.

31 DE GENER

NOU WEB D'EDUCACIÓ MEDIÀTICA. El Col·legi de Periodistes obre una nova pàgina web per promoure informació i formació sobre educació mediàtica. Els tallers i cursos estan adreçats a tots els sectors de la població. El web és impulsat pel Grup de Treball d'Educació Mediàtica i Universitats, liderat per la periodista María José Recorder, vicepresidenta de la junta de Barcelona del Col·legi. L'adreça web és www.educacionmediatica.cat.

FEBRER

1 de febrer

MÉS DINERS PER A LA CCMA. El Govern i el PSC arriben a un acord per tirar endavant els pressupostos de la Generalitat per a enguany. Aquest pacte pretén incrementar l'aportació econòmica a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) en trenta-dos milions d'euros, i estudiar la integració de l'Agència Catalana de Notícies (ACN) a l'ens públic.

2 de febrer

LA SALUT I EL PERIODISME. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes i la Xarxa Santa Tecla Sanitària acorden col·laborar per crear, entre altres, un premi de periodisme especialitzat en l'àmbit de la salut. Està previst que la primera edició del guardó se celebri a partir de l'any vinent, i s'hi podran presentar els treballs que es publiquin aquest 2023.

4 de febrer

ASSETJATS. El Sindicat de Periodistes de Catalunya celebra el novè congrés amb el lema "Periodisme assetjat: precarietat i desinformació". El president del sindicat, Francesc Ràfols, avisa que la trobada té lloc en un dels "pitjors moments" de la professió, assetjada per les condicions laborals, els salaris baixos, les jornades llargues i el menyspreu a la professió.

6 de febrer

SEIXANTA-VUIT PERIODISTES MORTS. Segons l'informe anual de la Federació internacional de Periodistes (FIP), el 2022 va tancar amb seixanta-vuit periodistes assassinats en l'exercici de la professió. Són vint-i-un més que el 2021 i suposa un trencament de la tendència dels anys anteriors, que era a la baixa. Per països, Ucraïna, amb dotze morts durant la invasió russa, i Mèxic, amb onze, en lideren els rànquings.

7 de febrer

COL·LEGIATS D'HONOR. El Col·legi de Periodistes nomena sis col·legiats d'honor en reconeixement a la trajectòria professional. Són Toni Clapés, Rosa Matas, Lluïsa Bertomeu, Miquel Ruiz —a títol pòstum—, Héctor Aranda i Toni Oresanz. El nomenament té un estricte caràcter honorífic, sense perjudici de la participació en la vida col·legial ni en els serveis que ofereix l'associació.



Foto: CPC

Foto de família dels col·legiats d'honor

13 de febrer

ELS QUIOSCS S'ACTUALITZEN. L'Ajuntament de Barcelona permet que els quioscs amplii l'oferta de productes, com ara cafès i menjar per emportar. Es volen canviar els percentatges de l'exposició dels productes, en els quals la premsa es reduirà d'un 80% fins a un 51%. Així es dona compliment a l'acord assolit mesos enrere amb l'Associació Professional de Venedors de Premsa de Barcelona i Província (APVBPB).

FAMÍLIA
TORRES



MÉS ENLLÀ DE LA SOSTENIBILITAT

COMPARTIM EL NOSTRE LLEGAT I PASSIÓ PEL VI

Som cellerers i viticultors arrelats al Penedès des del segle XVI. Ens apassiona la cultura del vi i ens enamoren els seus paisatges. La nostra visió és un món en què celebrem la vida, cuidem la terra i transmetem el nostre llegat. A Mas La Plana, al cor del Penedès, t'expliquem la nostra història i el nostre compromís amb la viticultura regenerativa i la lluita contra el canvi climàtic. Creem experiències al voltant del vi i la gastronomia per a què tu també t'enamoris del vi, la seva cultura i els seus paisatges.



Reserva la teva experiència a:
www.torres.es / reserves@torres.es / T. 93 817 73 30
Finca El Maset s/n. - 08796 Pacs del Penedès (Barcelona)

Gaudeix també de la nostra
cuina Km 0 al
Jardí Restaurant El Celleret



ONZE HORES DE RÀDIO. L'Institut d'Estudis Ilerdencs es transforma en un estudi de ràdio en el marc del dia mundial d'aquest mitjà de comunicació. La jornada està organitzada per la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, amb la col·laboració de la Diputació de Lleida, la Paeria i la Universitat de Lleida. Una onzena d'emissores emeten la programació des de les vuit del matí fins a les set de la tarda davant de centenars d'escolars.



Foto: Gladys Soler

Un moment de la jornada

14 de febrer

PRÒXIMS I CRÈIBLES. Metroscopia fa públic un sondeig que indica que els mitjans de proximitat catalans tenen més credibilitat que els estatals per als ciutadans. En concret, un 32% dels enquestats admeten tenir més confiança en els mitjans de proximitat, mentre que un 22% aposten pels d'àmbit estatal. Un 33% de les persones que responen donen la mateixa credibilitat a tots dos tipus de mitjans.

DESINFORMACIÓ PER ENCÀRREG. El projecte *Forbidden Stories* reuneix més d'un centenar de periodistes d'una trentena de mitjans de comunicació de tot el món per exposar els moviments dels mercenaris de la desinformació i tot el que envolta aquest món que escapa dels focus. El projecte *Story Killers* es publica conjuntament amb dos estudis de casos de *big data* elaborats pel Projecte sobre Violència Online del Centre Internacional de Periodistes (ICFJ).

20 de febrer

LLIBERTAT PER BLASFEMAR. La revista satírica *Mongolia* posa en marxa un Verkami per recaptar fons per fer front a tres denúncies que han rebut arran de la portada de desembre, on sortia un irreverent pessebre amb el naixement de Jesús. La publicació lamenta que a Espanya continuï vigent un delictes com la blasfèmia i l'ofensa als sentiments religiosos.

21 de febrer

LOCAL I DE QUALITAT. S'entreguen els catorzens Premis Carles Rahola de Comunicació local a la Sala de Cambra de l'Auditori de Girona. Tino Soriano, Canvi de Joc, Som Rambla, el Col·lectiu Cultural Ràdio Platja d'Aro, Joan Roura, Carme Vinyoles, Pau de la Calle i Santiago Tejedor són guardonats en una gala en què es va reivindicar la premsa local com un espai d'informació de qualitat.



Foto: Miquel Millan

Els guardonats d'aquesta edició

BORONAT, AL ZONA FRANCA. La periodista Danae Boronat es fa càrrec del programa *Zona Franca* de TV3 com a presentadora. La nova etapa d'aquest *late night show* comença després de la polèmica per l'acomiadament de l'humorista Manel Vidal per un gag sobre el psc i la posterior renúncia del presentador, Joel Díaz, per solidaritat.

24 de febrer

HISTÒRIA, POLÍTICA I PERIODISME. Investigadors del periodisme, la història i la política es reuneixen al campus de la Ciutadella de la Universitat Pompeu Fabra per compartir les diferents recerques sobre les noves aportacions del periodisme català de la Segona República. El seminari està obert a qualsevol universitat o grup de recerca de qualsevol país de parla catalana.

27 de febrer

PERIODISME PER LA PAU. El Col·legi de Periodistes impulsa un nou grup de treball de periodisme per la pau, obert a tots els col·legiats. El periodisme és un element essencial de qualsevol societat pacífica i els professionals de la informació poden crear consciència sobre els problemes i els conflictes socials, a més de destacar històries d'esperança o bé promoure el diàleg i l'intercanvi d'idees. El grup està impulsat pels periodistes Llúcia Oliva i Xavier Giró.

28 de febrer

LA FOX I TRUMP. El magnat de la comunicació i propietari de Fox News, Rupert Murdoch, reconeix davant d'un tribunal que alguns comentaristes de la cadena van donar suport a les falses afirmacions que Trump va expressar sobre una suposada tupinada en les eleccions presidencials del 2020. Tot i això, diu que la cadena no va defensar aquestes afirmacions.



Foto: Monika Flueckiger

Murdoch en una imatge d'arxiu

MARÇ

6 de març

PUNT LILA AL COL·LEGI. El Col·legi de Periodistes posa en marxa un nou servei per a les col·legiades que siguin objecte de violències masclistes, ciberassetjament o agressió sexual. En aquests supòsits, es prestarà un servei d'atenció i assistència gratuït a les víctimes. El degà del col·legi, Joan Maria Morros, diu que li agradaria que l'experiència "serveixi a altres col·legis o associacions professionals".

MESTRES DE LA COMUNICACIÓ. L'Associació Empresarial de Publicitat lliura els Premis Mestres de la Comunicació 2022, en una gala a l'auditori de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de la Blanquerna. Els guardons van a parar a mans del publicitari Joan Campmany, la relacions públiques Montserrat Tarrés i la periodista Carme Basté.

8 de març

HI HA 73 DONES ENTRE REIXES. Reporters sense Fronteres demana l'alliberament "immediat i incondicional" de les dones periodistes engarjolades a tot el món, que xifra en 73. Es tracta d'un 13% del total d'informadors entre reixes —550 a tot el planeta—, un percentatge que no para de créixer els últims anys, segons recull el Baròmetre de l'associació.

12 de març

EN RECORD DE MINOBIS. Montserrat Minobis ja té una plaça a la seva ciutat, Figueres. La periodista havia estat degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya i directora de Catalunya Ràdio, entre altres càrrecs de responsabilitat. L'espai on es troba la plaça està situat entre uns edificis, a la confluència entre el carrer d'Elx i l'avinguda de Perpinyà, i la inauguració s'emmarca en els actes del Dia internacional de la Dona Treballadora.



16 de març

EMPODERAMENT FEMENÍ. Els Premis Mila de Periodisme distingeixen un any més els treballs periodístics que visibilitzen i empoderen les dones. El saló de Sessions de la Paeria acull l'acte de lliurament d'aquests guardons, organitzats per l'Ajuntament de Lleida i la demarcació del Col·legi de Periodistes a Lleida, que enguany han guanyat Xavi Madrona, Núria Vilà, Núria Jar, Marc Serena i Montserrat Virgili.



Foto de família dels guardonats

Foto: Diputació de Lleida



17 de març

ALÍAS, PERIODISTA DE L'ANY. La demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya premia al berguedà Manel Alías com a periodista de l'any. El guardó s'emmarca en els Premis Batec, celebrats al Casino de Berga. També es guardona la periodista manresana Pilar Goñi amb el Premi Trajectòria i l'agència B-Comunicació amb el Premi a la Iniciativa periodística local. El guardó a aquells que fan la feina informativa més fàcil, Premi Plata, recau en Josep Guitart, coordinador d'Unió de Pagesos al Bages, mentre que els que la fan més complicada, el Premi Plàtan, és per al bisbat de Solsona.



20 de març

ALLIBEREN OLIVIER DUBOIS. Reporters sense Fronteres confirma l'alliberament del periodista Olivier Dubois, segrestat durant 711 dies per un grup armat afiliat a Al-Qaida al Sahel. Dubois, que ha col·laborat amb *Libération*, *Le Point* i *Jeune Afrique*, va ser segrestat el 8 d'abril del 2021 a Mali.



Dubois en arribar a Níger

Foto: Le progres



22 de març

ACORD PER LA SEGURETAT. El Col·legi de Periodistes, el Sindicat de Periodistes de Catalunya, el Sindicat de la Imatge-UIPFC i el Grup de Periodistes Ramon Barnils renoven un conveni amb el Departament d'Interior de la Generalitat per millorar la seguretat dels periodistes en situacions conflictives. L'acord estableix que els informadors portin una armilla i un braçal únics i intransferibles, amb un codi alfanumèric exclusiu, que ha d'ajudar a facilitar-ne la identificació.



UNIÓ METROPOLITANA. Neix el web catalunyametropolitana.cat, una experiència de col·laboració periodística entre disset mitjans. L'objectiu és donar una visió global de la realitat que viuen una bona part dels ciutadans de la regió metropolitana de Barcelona. Es tracta de mitjans de comunicació pertanyents al Baix Llobregat, el Barcelonès i el Vallès Occidental.



PAREN ELS PEUS A IBERDROLA. Un jutjat de Bilbao desestima la demanda que Iberdrola va presentar contra Titania, que edita *El Confidencial*, per uns suposats delictes d'intromissió il·legítima en el dret de l'honor, per unes informacions que el digital va publicar en relació amb el cas Tàndem, que investiga l'Audiència Nacional per la presumpta relació entre l'excomissari Villarejo i el grup elèctric. La companyia demanava a Titania disset milions d'euros d'indemnització.



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



27 de març

CONDEMNÀ A EL PAÍS. Condemnen el diari *El País* a incloure a la plantilla un fotògraf que col·laborava de manera regular amb la publicació des de feia sis anys. El maig del 2022, va entrar un nou cap al departament de Fotografia del rotatiu del grup Prisa, que va decidir prescindir d'aquest col·laborador. A la sentència es considera provat que el fotògraf en qüestió rebia informació sobre la feina que havia de fer diàriament.

29 de març

RADIOGRAFIA AL PERIODISME. La seu del Col·legi de Periodistes acull la presentació de l'Anuari Media.cat, iniciativa del Grup de Periodistes Ramon Barnils que té la voluntat d'analitzar l'estat del periodisme a casa nostra. La publicació, que té el suport del Col·legi de Periodistes, aposta per la reflexió i l'anàlisi en profunditat sobre qüestions vinculades amb el periodisme i la comunicació.



Foto: Mediacat

Un moment de la presentació de l'Anuari

31 de març

BENEFICIS PER A RTVE. RTVE tanca l'exercici 2022 amb uns beneficis de 17,2 milions d'euros. És el segon any que obté beneficis, tot i que són la meitat que els del 2021, que van ser de 30 milions d'euros. La corporació també destaca que el seu deute es va reduir un 39% respecte de la xifra que es va aprovar als pressupostos de l'Estat, en quedar-se en els 247 milions d'euros.

ABRIL

4 d'abril

POLÈMICA CELESTIAL. L'informatiu satíric de tv3 *Està passant* emet un gag sobre la verge del Rocío que encén diversos sectors socials i polítics. A l'esquetx televisiu, l'actriu Judit Martín interpreta la verge andalusa, que porta als seus braços un nen Jesús de

plàstic, mentre és entrevistada pel presentador del programa, Toni Soler, i un col·laborador, Jair Domínguez.



Foto: TVC

Un moment del gag a *Està passant*

10 d'abril

ARRIBA EL "BULOBUÉS". La plataforma de verificació *Maldita.es* arrenca un projecte per combatre les *fake news* i la desinformació. Ho fa a través del Bulobús, un vehicle que fa una ruta per diverses localitats de l'Estat per promoure l'alfabetització mediàtica a tots els punts del país. La voluntat dels impulsors és ajudar els ciutadans a detectar notícies falses i a evitar-ne la propagació.

12 d'abril

PARÀLISI AL CONGRÉS. Les agrupacions de periodistes de CCOO i UGT, a més de la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya i la Federació de Sindicats de Periodistes denuncien que el projecte de llei de protecció del secret professional en el periodisme està paralitzat al Congrés. Les quatre associacions retreuen en un comunicat que, de moment, cap grup parlamentari ha expressat la intenció de donar-hi suport.

13 d'abril

FORAGITANT EL RACISME. El Col·legi de Periodistes, el Sindicat de Periodistes de Catalunya i el Grup de Periodistes Ramon Barnils signen un document amb la Generalitat per promoure una campanya electoral lliure de discursos racistes i estigmatitzadors cap als migrants. El pacte compta amb l'adhesió del PSC, ERC, Junts, CUP i En Comú Podem.

14 d'abril

JA SÓN 40 ANYS DE RÀDIO MARINA. En una festa que se celebra al Teatre de Blanes, Ràdio Marina commemora els quaranta anys de trajectòria. Climent

Polls, un dels fundadors de l'emissora, fa balanç de les quatre dècades d'existència d'un projecte radiofònic que va néixer amb el nom de Ràdio Blanes. La Casa Saladrigas de Blanes, també prepara una exposició sobre la història de l'emissora. Les quatre dècades de Ràdio Marina coincideixen amb apostes de futur de l'emissora, com són la digitalització i l'oferta multicanal.



Foto: rAjuntament de Blanes

L'equip de Ràdio Marina

19 d'abril

TWITTER I TV3. Televisió de Catalunya expressa la seva disconformitat amb la decisió de Twitter de col·locar-li una etiqueta que la defineix com un "mitjà finançat pel Govern". La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) posa en marxa les gestions oportunes per canviar aquesta qualificació, tot i que no és l'únic grup públic que pateix la mateixa situació, ja que RTVE ha reclamat canviar aquesta etiqueta per la de "finançat públicament", com ha fet la BBC.

FOX I LES MENTIDES. Fow News evita un judici després d'arribar a un acord amb la companyia Dominion Voting Systems, propietària d'equips de recompte electoral i sobre la qual pesen teories de la conspiració que es van difondre al canal propietat de Rupert Murdoch. Segons aquestes teories, havia estat l'empresa l'encarregada d'elaborar una tupinada electoral a favor de Joe Biden, candidat demòcrata a la presidència dels EUA.

EL MUNDO, DE DOL. La plantilla del diari *El Mundo* posa en marxa la campanya dels "dimecres negres" per protestar contra la negativa de l'empresa propietària a negociar augments de salari. Com a mostra de descontentament, els treballadors del rotatiu es vesteixen de negre cada dimecres. A més, els sindicats convoquen concentracions davant la porta del mitjà de comunicació per fer visible la protesta.

21 d'abril

LA FOTO DE L'ANY. Una imatge icònica de la guerra a Ucraïna, obra del fotògraf ucraïnès Evgeniy Maloletka, s'endú el primer premi del prestigiós World Press Photo. La imatge mostra Iryna Kalinina, una dona ucraïnesa embarassada que va ser víctima d'un atac rus a la maternitat de Mariúpol, sent evacuada en una llitera. El nadó naixeria mort i ella moriria mitja hora després. El jurat del premi ha destacat que la imatge de Maloletka mostra "l'absurd i l'horror de la guerra" i que és una "representació adequada dels fets que han passat aquest any" i "una evidència dels crims de guerra que han comès les tropes russes contra la població a Ucraïna".



26 d'abril

MOLINERO, A 8TV. El popular presentador radiofònic Justo Molinero fitxa per 8tv per presentar un programa d'entrevistes sobre política, economia i cultura. *Justo Ahora!* serà un programa que s'emetrà de dilluns a divendres de dos quarts de quatre de la tarda a les

quatre. *Justo Ahora!* es rodarà als estudis que Radio TeleTaxi, que produeix l'espai, té a Santa Coloma de Gramenet.



Foto: RTVE

Molinero, nou fitxatge de 8TV



27 d'abril

COMIAT DE BARÇA TV. El F. C. Barcelona anuncia que el 30 de juny tancarà Barça tv. El club no renova la concessió que té amb TBSC, el que suposarà l'acomadament dels cent cinquanta treballadors. Una decisió vinculada a la política de retallada per assolir el *fair play* financer que exigeix la Lliga. El club manté operatiu Barça Studios, que retransmetrà els partits.



28 d'abril

HONORS PER A JULIA OTERO. El Ple de l'Ajuntament aprova per unanimitat de totes les forces polítiques concedir la Medalla d'Honor a la periodista Julia Otero. El consistori barceloní considera la professional un "referent del món de la comunicació, en especial en ràdio i televisió" i que és un "model" per a futurs periodistes.



30 d'abril

PERAL, DESTITUÏT. El Grup Godó destitueix el director de RAC1 i RAC105, Jaume Peral. És el mateix Peral qui ho comunica a la plantilla en un correu electrònic en què informa que el grup "considera oportú incorporar un perfil més enfocat a la gestió i no tant als continguts editorials". Peral, que havia dirigit TV3, ha demanat el reintegrés a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Durant els quatre anys que l'emissora ha tingut Peral al capdavant, RAC1 ha estat líder indiscutible d'audiència.



ORTODÒNCIA INVISIBLE



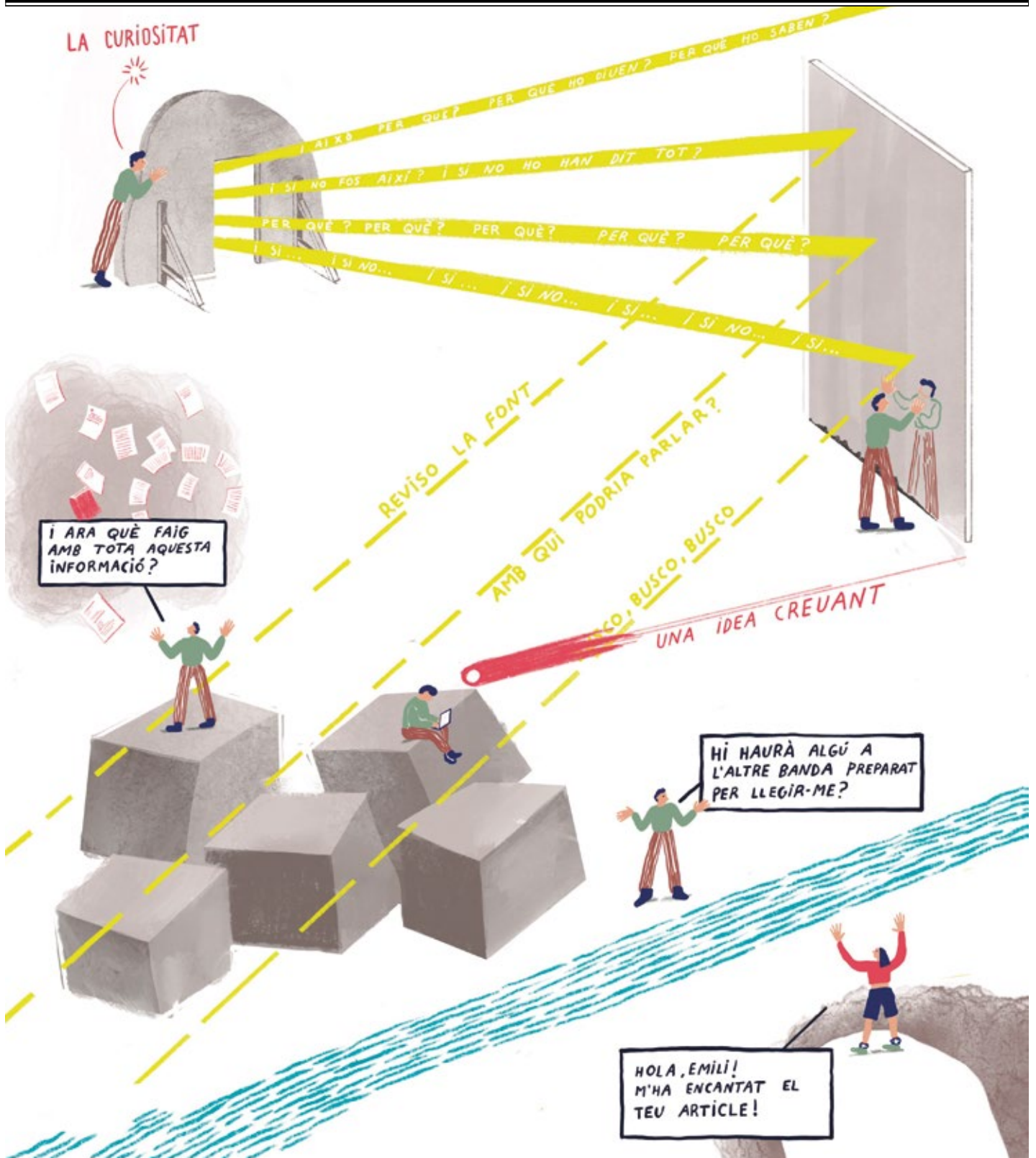
DES DE

~~3.525€~~

2.644€

EMBLANQUIMENT GRATUÏT

— • COM ENS VEU... CLARA-TANIT ARQUÉ. —



Aquesta PROposta és per a tu, de PROfessional a PROfessional

A Sabadell Professional treballem en PRO dels PROfessionals del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Innovem constantment la nostra oferta de productes i serveis per ajudar-te a aconseguir els teus objectius, protegir els teus interessos, impulsar iniciatives i proposar solucions financeres úniques, a les quals només poden accedir PROfessionals com tu. Solucions com aquesta:

Compte Sabadell Negocis Plus PRO

Pensat perquè autònoms, comerços i petites empreses es facin grans

Si vols conèixer tots els avantatges que t'ofereix el Compte Sabadell Negocis Plus 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'esperem.



sabadellprofesional.com



900 500 170

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+