

♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Octubre 2024 · Núm. 198 · 12,50 €



JOVES I EMPRENEDORS

Consells pràctics per començar pel teu compte

Les assegurances i l'alarma, 3 anys sense pujades de preu¹

El millor de tenir
algú a prop
és que t'escolta

Tu i jo.

Nosaltres.

Adeslas



paralímpicos

 **CaixaBank**

1. Les assegurances MyBox de SegurCaixa Adeslas, SA i VidaCaixa, SAU tenen una durada inicial de tres anys i la forma de pagament de la prima és mensual. Informació subjecta a les condicions generals, particulars i especials de cada pòlissa, com també a les condicions de subscripció i contractació de cada companyia. **SegurCaixa Adeslas, SA d'Assegurances i Reassegurances i VidaCaixa, SAU d'Assegurances i Reassegurances. Mediador: CaixaBank, SA, operador de bancassegurances exclusiu de VidaCaixa, SAU i autoritzat de SegurCaixa Adeslas, SA, amb NIF A08663619 i domicili social al carrer del Pintor Sorolla, 2-4, 46002 València. Inscrit en el Registre de Distribuïdors d'Assegurances i Reassegurances de la DGAFP amb el codi OE0003.** Té contractada l'assegurança de responsabilitat civil professional corresponent per cobrir les responsabilitats que puguin sorgir per negligència professional, d'acord amb la legislació vigent. L'oferta de venda de MyBox Alarma PreSense Llar és exclusiva de Seguritas Direct, SAU, inscrita en el Registre Nacional de Seguretat Privada amb el núm. 2737, amb la intermediació de Wivai Selectplace, SAU. Més informació, a www.CaixaBank.cat. NRI: 7181-2024/09681

05 CARTA DEL DEGÀ
AMB ESPERIT JOVE
TEXT Joan Maria Morros

06 REPORTATGE
PEL TEU COMPTA
TEXT Adrián Caballero

12 ENTREVISTA
LÍDIA HEREDIA
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergio Ruiz

16 REPORTATGE
MÉS QUE BALLS
TEXT Francesc Ponsa

22 REPORTATGE
RESPONSABILITAT
O AUTOCENSURA?
TEXT Alberto Gómez
IL·LUSTRACIÓ Edmon de Haro

28 REPORTATGE
BECARIS
TEXT Susana Pérez-Soler
FOTOS Ana Jiménez

32 REPORTATGE
COMUNICACIÓ RELIGIOSA
AMB ULLS DE JOVE
TEXT Jordi Pacheco
FOTOS José Luis Gomez Galarzo

38 DOSSIER
EXPLICAR L'OFICI
TEXT Laura Saula

42 DOSSIER
RETRAT DE LA PROFESSION
TEXT Joan Palomés

50 REPORTATGE
ARXIU CONTRA L'OBLLIT
TEXT Carme Escales
FOTOS José Luis Gómez Galarzo

56 REPORTATGE
RECURSOS ÚTILS
TEXT Elisabet Carvajal
IL·LUSTRACIÓ Cristina Carrero

62 REPORTATGE
TRIBUNA DE LA
CULTURA CATALANA
TEXT Josep Maria Figueres
FOTOS *Revista de Catalunya*

68 NOVEL·LA EDITORIAL
LA TELEVISIÓ
JA NO ÉS EL QUE ERA
TEXT Josep Maria Picola Meix

74 PERIODISME AL MÓN
L'EMISSORA DE L'ODI
TEXT Anna Pruna Galdon

82 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

84 LLIBRES
Joan Palomés

86 LA FOTO
Toni Catany

88 OBITUARIS

90 DIA A DIA
Francisco J. Rodríguez Baena

98 COM ENS VEU...
Judith Canela

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira
CONSELL EDITORIAL Francesc Canosa, Joan
Maria Morros, Ismael Nafria, Núria de José,
Xavier Puig
CORRECTORA Susanna Jiménez
DOCUMENTACIÓ Núria Comellas Gaya
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
PUBLICITAT Martí Calsapeu i Vidal,
Xavier Puig, Francesc Farré
FOTO PORTADA Roser Vilallonga

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 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.

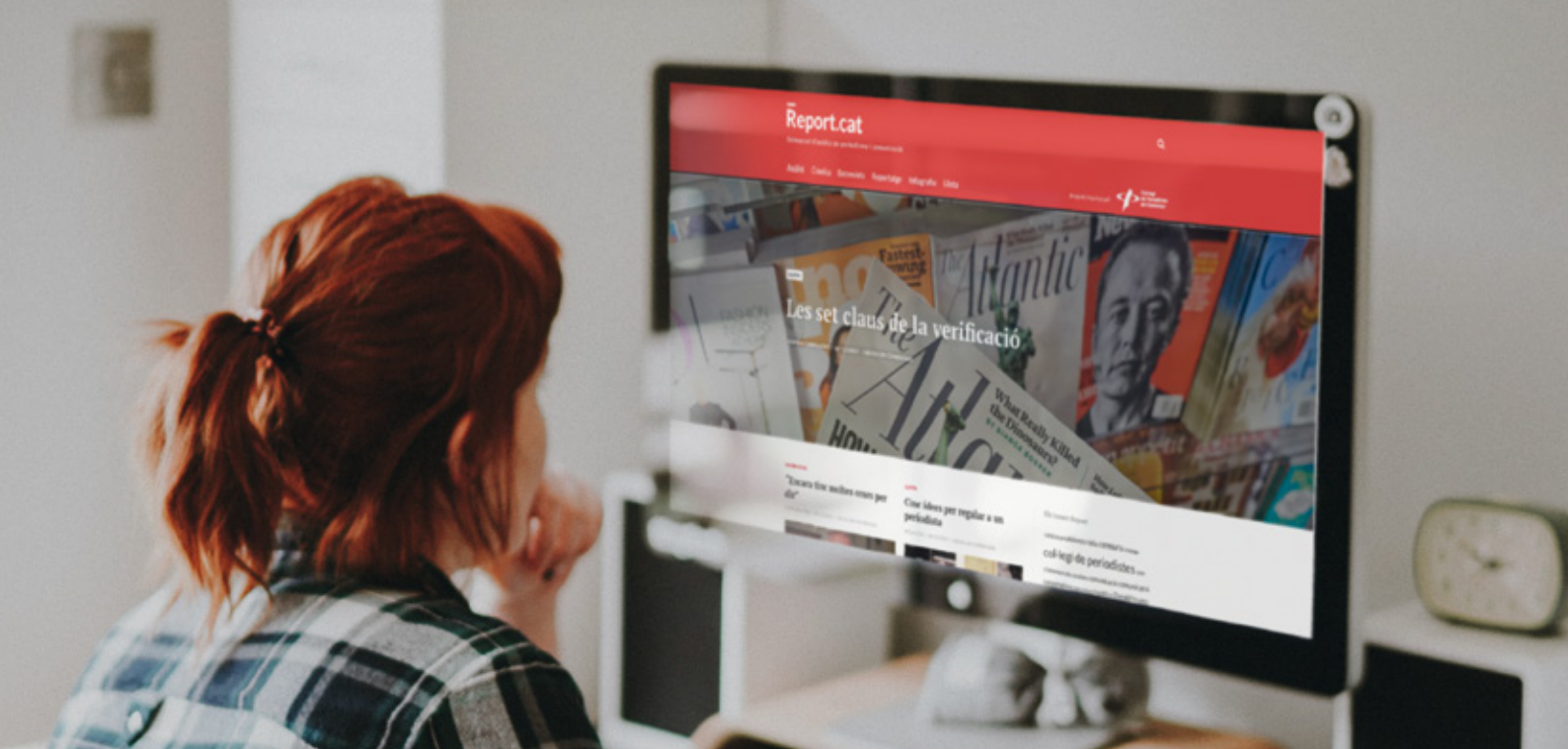
GERENT Martí Calsapeu i Vidal

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89
ISSN 1135-1047
IMPRESSIÓ Rotimpres

AMB EL SUPORT DE:



Generalitat de Catalunya
Departament
de la Presidència



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

Amb esperit jove



Donant un cop d'ull per les redaccions dels mitjans de comunicació, una de les figures que trobem a gairebé totes és la dels estudiants en pràctiques o becariis. Els acords entre les facultats de Periodisme i els mitjans de comunicació els permeten estar durant un període, majoritàriament de quatre mesos, aprenent i portant a la pràctica allò que han après.

El més important d'aquest període, parlant des del punt de vista de l'estudiant, és l'actitud. Han de ser crítics i han de ser exigents. I no només amb ells mateixos. També ho han de ser, sobretot, amb els seus tutors o responsables de les pràctiques i amb els seus companys de la redacció. Perquè bona part del seu futur en la professió pot dependre d'aquests quatre mesos, cosa que també passa en altres carreres on hi ha estudiants en pràctiques a les empreses.

"ELS ESTUDIANTS EN PRÀCTIQUES HAN DE SER CRÍTIQS I EXIGENTS AMB ELLS MATEIXOS, AMB ELS TUTORS I AMB ELS COMPANYS DE LA REDACCIÓ"

Si repassem les plantilles dels mitjans, segur que molts dels periodistes que hi ha han estat fent pràctiques a l'empresa i han pogut, com se sol dir, "ser al lloc adequat en el moment oportú". Per tant, això demostra que no és només una frase feta, sinó una realitat.

I serveix perquè, quan hi hagi alguna vacant, el seu nom aparegui al cap de la persona que s'encarrega de la selecció de personal i digui que el candidat idoni per al lloc de treball és aquesta o aquest estudiant en pràctiques. Això, a la vegada, és una manera d'encoratjar futurs estudiants en pràctiques a afrontar aquesta etapa de la vida. És interessantíssim l'article que trobareu en aquest número sobre les possibilitats d'obertura de les portes del mercat laboral que pot comportar l'estada en pràctiques.

Però no és l'únic. També ho és el que explica de quina manera els mitjans van entrant a una xarxa social com TikTok per arribar al

públic jove. No queda més remei que ser a tot arreu per captar noves audiències. I, a més, els mitjans de comunicació fan una feina absolutament important pel que fa a la lluita contra les mentides, les *fake news*. Perquè les xarxes són el mitjà idoni per

escampar el que sigui sense cap mena de contrast, i si els que fem periodisme hi anem entrant i explicant les informacions amb el llenguatge que toca, hi sortirem guanyant.

Per cert, després de la bona acollida que va tenir en el darrer número la selecció de pel·lícules i sèries dedicades al món del periodisme, en aquest hi trobareu documentals sobre la

nostra professió. De fet, els documentals d'aquesta temàtica han anat incrementant la seva presència a les plataformes en els últims anys. Amb una factura i una qualitat excel·lents.

I aquest és un exemple d'una de les nombroses sortides professionals que tenen, precisament, els estudiants de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de les facultats. Sortida que té una d'aquelles mancances que el dia a dia de les redaccions fa molt difícil que es cobreixi, la del periodisme d'investigació: poder treballar exclusivament i de manera focalitzada durant un temps en un tema per desenvolupar-lo amb molta més amplitud.

Si trobeu a faltar títols, tant de sèries i pel·lícules com de documentals, feu-nos-els arribar i els tindrem en compte per a nous lliuraments.

Ben cordialment,

Joan Maria Morros

Degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya

deganat@periodistes.cat

Sergi Reboledo / Arxiu

Pel teu compte

Guia per a joves emprenedors que volen obrir-se camí
en el periodisme i la comunicació

TEXT ADRIÁN CABALLERO



L'emprenedora Irina González, fundadora de l'agència creativa Lab Creative Studio. Foto: Roser Vilallonga

Emprendre no és fàcil. Encara menys en un sector, el del periodisme i la comunicació, en què des de fa anys les estadístiques parlen de crisis, retallades i tancaments. Tot i això, l'auge del consum digital ha animat molts periodistes a aventurar-se amb el seu propi mitjà digital, canals i pòdcasts o, fins i tot, amb una agència de comunicació. Aquí presentem tota una sèrie de consells pràctics recollits en forma de guia d'aquells que s'han arriscat i que, a hores d'ara, ja són experts en empremadoria.

Si bé entre el 2008 i el 2013 la crisi econòmica va obligar a tancar, només a Espanya, centenars de mitjans de comunicació i va deixar al carrer milers de periodistes, una dècada després, amb el creixement de l'audiència i els ingressos als mitjans digitals i les xarxes socials, s'experimenta un esclat de petits projectes digitals que està fent que una part de la professió s'hagi animat a emprendre, una activitat que fins fa poc no tenia en ment.

No tots aconsegueixen generar ingressos, i molts menys viure de les xarxes socials o del canal de YouTube o Twitch, però, al cap i a la fi, emprendre és una sortida que ha crescut en el sector de la comunicació i el periodisme els darrers anys. És per això que, per intentar establir unes bases sobre el tema, en aquest reportatge hem entrevistat tant joves professionals

que s'han ficat de ple en els seus propis projectes com investigadors i experts en l'empremadoria.

LES COSES, CLARES

En el primer grup, el dels joves professionals, trobem Bet Molina, periodista cultural que acumula 11.000 seguidors a

de crear el contingut, enfocant-lo en la direcció adequada". En aquest sentit, Irina González, fundadora de l'agència creativa Lab Creative Studio, apunta que en el món de la comunicació "no tota idea val i no totes les bones idees tenen èxit".

Com podem saber, doncs, que la nostra idea podria convertir-se en un projecte empremador?

"Primer de tot, per començar qualsevol projecte, recomanaria posar-se al lloc del client i fer l'exercici de veure si

realment la idea de projecte té cabuda en el mercat o no", recomana González.

Per facilitar la feina, una recomanació: "Pensar en allò que et crida i del qual t'agradaria parlar o treballar". Aquest és

DES DEL BOOM DE LES XARXES SOCIALS, EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓ ESTÀ CREIXENT DE MANERA PERMANENT AMB NOUS NEGOCIS

TikTok oferint contingut cultural que ella mateixa defineix com "una mica de tot". Si el projecte es basa en una o diverses xarxes socials, Molina —que també presenta el programa literari *Literal* del 3Cat— recomana "tenir clar quin és l'objectiu

QUÈ ÉS UN MVP?

MVP (*Minimum Viable Product*) són les sigles en anglès del terme *producció mínim viable*, un concepte provinent de la filosofia emprenedora anomenada *lean startup*, el principal objectiu de la qual és estalviar el màxim de recursos possibles a l'emprenedor. Es refereix a la creació d'un primer estadi del projecte, amb un disseny que permet testear-ne l'acceptació davant del públic, però estalviant el màxim de recursos (temps i diners) possibles.

Un exemple en termes de contingut seria el d'un periodista que vol fer un canal de YouTube sobre història del segle XX acompanyat de continguts per a les xarxes. En aquest cas, l'MVP serien els dos o tres primers vídeos publicats en aquesta popular plataforma, ja que li permetrien prendre la mesura del projecte en forma de visites, comentaris i estadístiques (cal fer-los més curts?, cal canviar-ne el format?). Un cop es comprova que la idea té una audiència potencial, es fa un altre pas endavant: altres tipus de vídeos a YouTube o en una de les xarxes socials. Quan aquest segon pas es valida, s'inicia el tercer. Tot el procés de canvis que es deriva de la "prova" és el que s'anomena "pivotar", i cal "estar-hi preparats", tal com recomana el consultor i inversor Joan Miquel Piqué.

el consell de José Miguel Márquez, un jove periodista que, des del 2021, acumula milers de seguidors a Instagram, x (antic Twitter) i TikTok, així com a Twitch, i que des d'abans de l'estiu va fer una cobertura extensa de totes les disciplines olímpiques dels jocs de París 2024.

La passió és, justament, la característica que tenen en comú la majoria d'emprenedors del món comunicatiu que arriben a SembraMedia, una comunitat en línia

NO ES TRACTA D'ARRIBAR A MILIONS DE PERSONES, SINÓ DE CREAR UNA COMUNITAT QUE ET DONI SUPORT I PAGUI PEL CONTINGUT

que té com a missió ajudar emprenedors de mitjans digitals en espanyol perquè siguin més sostenibles. "Les persones ens expliquen que emprenen per raons lligades a la seva passió i per poder fer allò que no podrien fer en mitjans tradicionals o per cobrir temes que han quedat relegats en l'agenda", assegura Naimid Cirelli, que dirigeix les operacions d'aquesta organització.

TROBAR EL NÍNIXOL

Però qui és aquest client sobre el qual Irina González demana "posar-se en el seu lloc"? I pel que fa a la creació de continguts, podríem definir la nostra audiència? Segons els llibres d'emprenedoria, la resposta a aquesta pregunta és un

"LA DIVERSIFICACIÓ DE CLIENTS ÉS ESSENCIAL, PERÒ HI HA D'Haver UN DENOMINADOR COMÚ"

Irina González, Lab Creative Studio

sí rotund, tant o més que la recomanació de posar fil a l'agulla per dibuixar el perfil exacte del que s'anomena *públic objectiu*. És a dir, una persona prototip que serà la receptora del nostre contingut i a partir de la qual podem definir la nostra audiència: quins continguts consumeix? Com li

agraden? "La diversificació de clients en una empresa és essencial, però sempre hi ha d'haver un denominador comú", expressa González.

Saber a qui li parles, per escollir els temes i el format, és rellevant i pot ser un fet diferenciador. "Des d'un principi tenia clar quin era el meu objectiu de fer tiktoks", afirma Bet Molina, que admet que el públic i el fet de no desviar-se de la temàtica "més cultural" determinen els seus con-

tinguts. "I així també puc diferenciar-me d'altres creadores de continguts", afegeix. Oferir un contingut o un producte diferent és la clau. Ja no

es tracta d'arribar a milions de persones, sinó de "generar una comunitat", tal com expressen la majoria dels entrevistats, ja que els membres d'aquesta comunitat són els que et donaran suport i seran un factor clau per a la monetització.

Per a Naimid Cirelli, el *qui* és només una de les primeres preguntes que s'ha de fer tot emprenedor de comunicació. "És semblant al procés de les 5W: primer hi ha el *qui*, però també el *què* (oferim), l'*on* (l'abast del mercat), el *com* (el format però també les vies d'ingressos) i el *per què*".

FER EL PAS

Fer el pas pot ser complicat. "Les barres per emprendre estan directament relacionades amb la situació econòmica i la confiança en si mateixos sobre els seus coneixements i habilitats", afirma Laura Alonso

Muñoz, investigadora i professora de Periodisme a la Universitat Jaume I de Castelló.

Una investigació que aquesta docent va publicar amb altres companys l'any 2020, feta amb estudiants de Periodisme de



José Miguel Márquez (esquerra) amb milers de seguidors a les xarxes, en una entrevista a José Quiles, boxejador olímpic. Foto: Susana Merinero

tots els cursos, revelava un gran esperit emprenedor durant els primers anys a la facultat, que va apaivagant-se a tercer i quart de carrera. “Això pot deure’s al fet que l’alumnat dels primers anys arriba amb molta il·lusió i motivació, però amb poques habilitats periodístiques. En canvi, els estudiants de darrer any tenen més formació i hauran guanyat més confiança en la seva capacitat d’aconseguir un treball tradicional”, argumenta Alonso Muñoz.

PLA DE NEGOCI

Una altra dificultat que troben els joves periodistes i comunicadors a l’hora d’engegar un projecte pel seu compte és la incertesa en relació amb la monetització. De fet, n’és el factor clau. Perquè es tracta

de poder viure professionalment del que fan. Però, com es poden fer diners per mitjà de la creació de contingut o d’una agència de comunicació especialitzada? Malgrat que pot semblar difícil, Irina González, que fa anys que és emprenedora, es mostra confiada en tant que “des del boom de les xarxes socials, el sector de la comunicació està creixent de manera

"LES BARRERES PER EMPRENDRE ESTAN RELACIONADES AMB LA SITUACIÓ ECONÒMICA I LA CONFIANÇA" Laura Alonso Muñoz, investigadora

permanent”. És encara més optimista pel que fa a les noves fornades de periodistes, de les quals diu que “tenen un avantatge

competitiu: han nascut amb les noves formes de relacionar-nos i comunicar-nos. En un entorn tan dinàmic, cal estar al dia de les últimes tendències i les noves generacions ho porten intrínsec”.

Per aprofitar aquestes oportunitats cal formalitzar la idea amb un pla de negoci, on es defineix el projecte en poques

paraules, així com el nínxol abans descrit, i crear un MVP, sigles en anglès per a *producte mínim viable* (vegeu-ne el desglossament). És impor-

tant també tenir clares les vies d’ingressos, que poden venir de la publicitat en canals o xarxes, però també les donacions o les

subscripcions, sense descartar la venda de productes i la creació de contingut per a clients. “Són essencials una mentalitat oberta, humilitat per pivotar el projecte i un bon pacte de socis en cas de treballar amb més gent”, enumera Joan Miquel Piqué, consultor i inversor, que reclama als joves emprenedors “que es preparin per a quan les coses no vagin perfectes, perquè aquests moments arribaran”.

GUANYAR DINERS

Sembla obvi que, en una guia per a emprenedors, un dels consells hauria de ser el de generar ingressos. Però, tal com adverteixen alguns dels entrevistats, molts emprenedors hi posen tanta passió i co-neixement periodístic que s’obliden que,

per perdurar en el temps, cal guanyar di-ners. “Entre els errors més comuns trobem que els emprenedors creen equips gairebé

CREAR EQUIPS ENFOCATS EN EL CONTINGUT I OBLIDAR LA GENERACIÓ D'INGRESSOS ÉS UN DELS PRINCIPALS ERRORS DELS EMPRENEDORS

tots dedicats a la producció de contingut periodístic, però sense tenir en compte la tecnologia o la cerca d’ingressos”, alerta Naimid Cirelli gràcies a la seva experiència atenent centenars d’emprenedors des de SembraMedia.

En aquest sentit, Irina González destaca per experiència que, per convertir una

idea en un negoci, és important crear un equip on tothom sumi. “Cal rodejar-se sempre de persones més bones que tu,

perquè et permetrà créixer més ràpid”, recalca. A més, poden aportar, precisament, l’expe-riència i la feina en relació amb l’impuls

tecnològic del projecte i, també, en la generació d’ingressos.

Sense anar més lluny, Velocidad, una de les acceleradores de projectes de SembraMedia, va elaborar una guia per a em-prenedors titulada *Els mitjans digitals també necessiten gestió*. En aquest sentit, Cirelli apunta a la sostenibilitat del projecte com



La periodista cultural Bet Molina és creadora de contingut i presenta el programa literari *Literal* del 3Cat. Foto: 3Cat

RECURSOS PER A EMPRENEDORS

Amb l'ajut d'Ismael Nafria –periodista especialitzat en mitjans digitals i autor de Tendenci@s, newsletter sobre el món dels mitjans de comunicació de massa i els continguts en aquest entorn–, presentem una sèrie de recursos web imprescindibles per a emprenedors del sector de la comunicació.

Eines de l'INN

Tant si estàs començant com si ja tens un mitjà de comunicació consolidat, la sèrie de recursos que presenta l'Institute for Nonprofit News seran igualment útils: eines per iniciar un projecte, relacionades amb la intel·ligència artificial, la gestió de documents i les fonts d'informació, entre d'altres.

Guia per a startups

La Google News Initiative està carregada de recursos dirigits tant a periodistes com a mitjans de comunicació. És, doncs, una guia bàsica molt útil per a petits projectes que neixen o volen consolidar-se.

Recursos de l'NPA

La comunitat global News Product Alliance va crear fa uns anys un conjunt de recursos (enllaços, consells, guies bàsiques...) que estan destinats a periodistes, comunicadors i mitjans. A més, des de fa un temps, tot aquest contingut també està traduït al castellà.

Consells de finances

Els professionals de SembraMedia, la comunitat que ajuda emprenedors de mitjans digitals en espanyol, van crear una guia –que es pot descarregar en PDF– que porta com a subtítol “Perdre la por als números”, en una clara referència a la dificultat que molts emprenedors de la comunicació tenen a l'hora de fer una bona gestió financera del seu projecte.

Manual per a la sostenibilitat

SembraMedia també ha creat una guia (*Propulsorio*) descarregable per “desenvolupar productes i mitjans informatius posant el focus en l'audiència i en la sostenibilitat econòmica”.

Pòdcast per a emprenedors

Libros para emprendedores és el títol d'un dels pòdcasts en castellà més escoltats del món. Creat per Luís Ramos, publica cada setmana el resum en format àudio d'un llibre sobre empenedoria, gestió empresarial i temes d'aquest àmbit.

Llibres que cal tenir en compte

Tres recomanacions per assolir els coneixements d'empenedoria en general: el primer és *Misión emprender* (Conecta, 2017), escrit per Sergio Fernández i Raimon Samsó; el segon, *El mapa* (Pirámide, 2014), escrit per Joan Miquel Piqué, i, en darrer lloc, *La estrategia del océano azul* (Bresca, 2015), de W. Chan Kim i Renée Mauborgne.

un dels factors clau als quals s'ha d'aspirar. En altres paraules, no es tracta de fer-se rics, sinó de no perdre-hi diners. És el que en termes d'empenedoria es coneix amb l'anglicisme de *break even*, quan els ingressos igualen els costos.

I com podem generar ingressos amb el nostre projecte periodístic? En primer lloc, seguint els diferents consells d'aquesta guia, hem de tenir clara quina és la nostra idea: què estem creant i per a qui ho estem fent. A partir d'aquí toca atrevir-se i pensar més enllà de la idea: crear un equip de treball i passar a l'acció amb una primera versió del que volem monetitzar. Això s'anomena MVP.

A partir d'aquí, i amb un pla de negoci ben definit que ens servirà de full de ruta en el present, però també en el futur, és obligatori pensar a diversificar els ingressos i, més important encara, com aconseguir que la gent pagui. “Emprendre és un camí difícil, no és lineal, i en els darrers anys hem vist encara més dificultats”, reconeix Naimid Cirelli. Però, segons aquest expert, hi ha una cosa que caracteritza els professionals de la comunicació que inicien els seus projectes: la perseverança. I això, en paraules d'algú que ha ajudat centenars d'empenedors de la comunicació, és important. “Pot ser una de les màximes fortaleces, perquè fa que t'adaptis a contextos i a trobar formes innovadores de resoldre problemes”, conclou. **C**

Accedeix
als enllaços





Entrevista a Lidia Heredia, periodista

"TRUMP ENS HA FET ADONAR QUE ES POT MENTIR MOLT"

Molts catalans segueixen les eleccions nord-americanes amb Lidia Heredia, la corresponsal a Washington de Televisió de Catalunya. De jove, aquesta badalonina no somiava pas ser periodista, tot i que ara, convertida en una respectada professional, ja acumula tres dècades i mitja d'experiència en l'ofici. En aquestes pàgines repassem amb ella la seva trajectòria i analitzem l'evolució d'un periodisme que li ha permès viure tot d'experiències i conèixer molta gent.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SÈRGIO RUIZ

Als 17 anys plegaves jerseis els dissabtes al Mango de Badalona i als 53 ets corresponsal a Washington per a TV3. Parlem de què ha passat en l'entremig?

De veritat que aquest és el parèntesi? Ja em podria jubilar, oi? Ja he cotitzat prou? (*Riu*).

De jove volies ser veterinària, psicòloga, advocada. El periodisme no era vocacional.

Jo he arribat al periodisme una mica seguint el meu instint. Sempre defenso que, per a mi, la veterinària, la psicologia i el dret no són coses alienes al periodisme. Potser costa més justificar la veterinària, però nosaltres tractem amb animals i ho som nosaltres. I vaig arribar a la professió per una qüestió molt pràctica. Vaig fer el primer any de reforma educativa i una de

les coses noves que es feien eren pràctiques en una empresa. Un dels llocs era a l'emissora municipal de Badalona. I vaig anar cap allà.

Sense tenir ni idea de què t'hi trobaries.

No gaire. I el que hi vaig trobar em va agradar moltíssim. A més, soc una superdefensora dels mitjans de comunicació

"ELS MEUS FILLS, PER IMITAR-ME, ES POSAVEN UNA COSA A L'ORELLA COM SI FOS UN MÒBIL I PASSEJAVEN PER CASA"

locals perquè t'hi deixen fer de tot, has de fer de tot perquè fas falta. I segurament el clic definitiu el vaig tenir fent aquestes pràctiques a la ràdio, que, a més, es van

convertir en un contracte temporal. I aleshores vaig dir-me: "Escolta'm, això que estic fent, on s'estudia?".

A mitja carrera, Josep Maria Martí us parla d'unes beques de Ràdio Barcelona.

Era el meu professor de ràdio i director de Ràdio Barcelona. La SER convocava unes beques i s'havia d'anar a fer unes proves a

Madrid, i en Martí ens va dir: "Per què no us hi presenteu? És l'estiu dels Jocs Olímpics i farà falta molta gent".

Durant els anys que has treballat a TV3 has fet, bàsicament, programes en directe i informatius.

M'encanta el directe.

Té un punt més de veritat perquè el directe no s'edita. És més periodístic que la resta?

No s'edita i m'agrada perquè trobo que és molt just per a tothom. Per a l'espectador, per a l'entrevistat i, també, una mica per al periodista, perquè el dia que estàs fi, doncs llueixes molt, i el dia que no estàs fi també se't veu. Però no crec que sigui ni més ni menys periodisme. Són gèneres diferents. Del directe m'agraden diverses coses. Si

un programa de cinc o sis hores diari en directe. Això és un màster diari d'imprevistos i d'improvisacions. Començaves entrevistant un ministre i acabaves el dia fent una secció de plantes. I la corresponsalia de Washington cada dia és com *Els matins*.

No sé si en algun directe has pensat: "Avui no me'n surto!"

Sí! Com quan tens un merder a casa i no pots deixar de pensar-hi. El directe té això. Tot i que crec –i això també forma part de l'ofici– que, quan sona la sintonia i s'encén la càmera, acabes desenvolupant aquesta mena de do

de concentració amb el que estàs fent. No pots emportar-te la vida, les preocupacions, al directe.

No pots estar pensant que t'has deixat oberta una aixeta de casa, de la mateixa manera que quan plegues i arribes a casa no pots estar pensant en el Capitoli.

Això ja és més difícil, sobretot quan tens la responsabilitat de dirigir un programa. Perquè llavors el Capitoli te l'emportes mentre bulls la mongeta tendra. Això segur.

Et reconeixes una addicta a la tecnologia que permet estar enganxada a l'actualitat?

Quin remei! No ho dic amb orgull, eh? Mentre facis informació diària, és molt difícil prescindir-ne. I no m'agrada. En re-

conec els avantatges i també hi veig molts inconvenients, però no crec que puguem fer-ho d'una altra manera.

És quan sents allò de "mama, que no sopem?"

Home, i tant. Els meus fills, per imitar-me, es posaven una cosa a l'orella com si fos un mòbil i passejaven per casa. I, és clar, quan veus aquest retrat infantil cruel i real, dius: "Ostres, de veritat?". Però és que és molt difícil desconnectar.

Fer periodisme des d'una televisió pública implica més responsabilitat que fer-ho en una de privada? O senzillament és diferent?

Ha de ser la mateixa. A la televisió pública, però, hi ha diners públics. Només per això sí que tens una responsabilitat diferent de bon ús dels recursos. Però la responsabilitat individual com a periodista l'hem de sentir igual. A més, tenim sempre més marge de maniobra del que nosaltres ens pensem. Has de defensar la teva peça, la teva història o el teu programa, i ja t'aturaran o t'ho discutiran. Perquè normalment no t'ho discuteixen gaire. Sempre dic que amb els arguments professionals sobre la taula es guanyen els judicis professionals.

Precisament ara et volia parlar del Procés.

Encara hem de parlar del Procés?

Us vau sentir al centre de la diana, deien que fèieu propaganda. Quan des d'àmbits polítics fan crítiques interessades, com intentes que no t'afecti?

Ara, si et responc, et donaré un titular. Però no ho faré perquè estic una mica cansada d'anar defensant la tele. TV3 no ho va fer tot bé respecte al Procés. Ni de bon tros. Vam fer coses bé i coses no tan bé. Com és normal, perquè estàvem en un moment molt delicat. Som una televisió pública, no institucional ni governamental. I els adjectius són importants. El Procés va tensionar moltes coses. Molta gent volia TV3 al servei del Procés. Fins i tot periodistes. Perquè es va ajuntar la seva

"MOLTA GENT VOLIA TV3 AL SERVEI DEL PROCÉS. FINS I TOT PERIODISTES ALS QUALS SE'LS VA AJUNTAR LA SEVA FEINA AMB ELS SEUS IDEALS"

parlem d'entrevistes, m'agrada el fet de tenir una sola oportunitat perquè vagi bé o malament. I això em posa en tensió, és "xulo". I també és dels últims refugis de la televisió generalista convencional. Les coses grosses que passen només una vegada, com un partit de futbol, una gran manifestació o l'assalt al Capitoli, no les veuràs enlloc tan bé com a la televisió. I el directe també té aquesta virtut.

Has treballat amb molta gent, però per a Josep Cuní tens paraules més elogioses.

És que amb en Josep és quan he fet un programa en directe. En un telenotícies està tot molt controlat. Hi ha una escaleta on està tot previst. Un dia et pot passar un imprevist, però és mitja hora i hi ha un guió, mentre que amb en Cuní fèiem

PERFIL

Lídia Heredia i Soler (Badalona, 1971) és llicenciada en Ciències de la Informació (UAB). Mentre estudiava, el 1989, va començar a treballar a Ràdio Ciutat de Badalona. També va treballar als informatius de Ràdio Barcelona i Ona Rambla. A més, en premsa ha col·laborat a l'*Avui* i en televisió ha exercit a Canal+ i a Telecinco, abans d'arribar l'any 2000 a Televisió de Catalunya, on entre el 2014 i el 2022 va dirigir i presentar el programa *Els matins* amb Josep Cuní. Des del 2022 és corresponsal a Washington.

feina amb els seus ideals. Separar això no va ser fàcil. I algunes coses segur que es van barrejar massa. A aquestes alçades, negar això és tractar la gent d'imbècil. T'ho dic de veritat. Si algú es pren la molèstia de revisar el que vam fer a la tele durant aquells anys, veurà clarament que en alguns casos es van confondre moltes coses. S'ha de fer autocrítica? Crec que sí. Hem de tancar TV3? No! El que ens va passar és que algú ens volia tancar perquè, per alguna cosa que no es va fer bé, considerava que podia fer una esmena a la totalitat. I llavors, des de dins, què havies de fer? Gairebé defensar-la tota, quan sabies que tota no es podia defensar. Però, és clar, quan et volen tancar...

... defenses el que s'ha fet bé.

Clar, però es perd el matís. Perquè la feina s'ha de revisar amb esperit crític. I el Procés era un atac tan bèstia, una situació tan tensa que era molt difícil no sentir-se emocionalment trasbalsat. És que van empresonar uns líders polítics elegits democràticament que no van matar ningú ni han fet res que hagi canviat res! Si haguéssim proclamat la independència i s'hagués fet, algú podria discutir que s'han saltat la Constitució, però no va passar res de tot això i tenies gent a la presó. I aquella nit que els van posar a la presó, als tres whatsapps que vaig enviar el que preguntava era: "Hòstia, i com treballarem ara? Com farem la nostra feina amb

"TRUMP MENTEIX I MANIPULA D'AQUESTA MANERA PERQUÈ NOSALTRES FEIA MOLTS ANYS QUE HAVÍEM DEIXAT DE FISCALITZAR EL PODER"

aquesta situació tan delicada, amb uns líders polítics a la presó?"

La pregunta és com fer un periodisme normal en una situació anòmala.

És clar. Tothom ens va intentar utilitzar. Òbviament, l'oposició, per tancar-nos, i els partits de govern, per fer-nos treballar a favor seu. Si això, a hores d'ara, el 2024,

algú encara ho dubta, no ens fem cap bé com a societat. Ni el gremi periodístic, ni res.

La gent que fa 50 anys acostuma a tenir una crisi existencial. Tu vas anar-te'n als Estats Units. Va ser la teva manera de superar la crisi?

No ho havia pensat mai així. Doncs potser, inconscientment, també va ser això. Perquè, de moment, la crisi dels cinquanta no la noto. No tinc temps! En aquell

"ELS JOVES ARA S'INFORMEN DEL QUE PASSA A TIKTOK. I NO SÉ SI HI HA MARXA ENRERE EN AIXÒ"

moment havia decidit deixar *Els matins* i necessitava un canvi. I no se m'acut un canvi més radical que començar de zero en un altre lloc i fer una cosa que no havia fet mai.

Abans de marxar vas dir: "Tothom em diu que serà el millor que em passarà a la vida". Dos anys després, què?

Confirmat! No me'n penedeixo gens ni mica i serà segur una etapa personal i professional meravellosa.

Trump és un dels exponents de les fake news. S'ha calculat que, sent president, va dir 29.508 falsedats. Tenim un problema?

Segur. El que hem de preguntar-nos és quina responsabilitat hi té el periodisme.

Ens vam adonar que havíem de començar a fer *fact-checking* quan ja va ser molt evident. Ens havien enganyat molt abans. I no Donald Trump, sinó els nostres, diguem-ho així.

I penses: "Quantes me n'han colat".

Exacte. I ens les hem deixat colar. Que Trump tingui la tranquil·litat de mentir i manipular d'aquesta manera, de tenir un exèrcit de seguidors que li compra tot, és

perquè nosaltres feia molts anys que havíem deixat de fiscalitzar el poder. I amb Trump ho hem vist tan clar que hem dit: "Ostres, això no pot ser!". Obama segurement va dir moltes mentides i potser el vam fiscalitzar menys. No estic posant-los al mateix nivell, però Trump ens ha fet adonar que es pot mentir molt, i molt descaradament.

En una entrevista, parlant de la credibilitat dels mitjans, vas dir: "Quan em trenco una cama no dono la mateixa importància al que diu el metge que al que diu la meua iaia sobre el que li va

anar bé a ella". El problema és que la gent ara doni la mateixa importància al metge que a la iaia?

Això ja està fora de control. Recordes quan les iaies deien: "És que això ho han dit a la tele"? Això donava carta de veracitat. Ara, els meus fills diuen: "És que això ho han dit a TikTok". I els demano que m'ho ensenyin. M'he fet un compte, no públic, a TikTok per veure què s'hi fa, què s'hi diu. La BBC i el *The New York Times* també són a TikTok. I això és millor que si ho han vist en un altre context, amb algú que no saps qui hi ha al darrere. Ells ara s'informen allà del que passa i no sé si hi ha marxa enrere en això. A més, tenen una cosa que nosaltres no teníem: quan només hi havia diaris, els nens no els llegien i no els arribava res. Ara els arriben moltes més coses que abans. I això és positiu.

Ara s'informen de la guerra a Gaza per una influencer que els l'explica des d'una xarxa xinesa.

Ara s'informen de la guerra a Gaza per una influencer que els l'explica des d'una xarxa xinesa.

Sí, i té riscos. Té oportunitats? També. Però s'hi ha d'estar a sobre. Jo els dic sempre: "Ho has vist a TikTok, però qui t'ho ha explicat?". Perquè vull que es preguntin el perquè de les coses. Això no ho hem de perdre mai. Ç.



El perfil de BBC News a la xarxa xinesa TikTok. Foto: Ruth Marigot

Més que balls

Els mitjans de comunicació cada cop utilitzen més TikTok,
la xarxa preferida dels joves

TEXT FRANCESC PONSÀ

Les xarxes socials són una font d'informació per a moltes persones. És allà on busquen les notícies, encara que provinguin de fonts diverses. I en aquest sentit, TikTok, la popular xarxa social xinesa que no deixa de créixer a tot el món, sobretot entre les generacions més joves, s'ha convertit en un espai que molts mitjans de comunicació volen ocupar per aconseguir tant lectors com influència mediàtica. Però això implica aprendre a informar de manera diferent. A TikTok tot és més fresc, més àgil i, sobretot, més breu. En aquest reportatge –premiat com el millor reportatge del Report.cat del segon trimestre de l'any– analitza aquesta tendència.

Amb l'objectiu d'arribar a públics més joves, els mitjans de comunicació han optat per intensificar l'estratègia digital amb més presència a les xarxes socials dominants. I, en aquests moments, això implica ser a TikTok, la plataforma preferida per la coneguda com a generació Z. Aquest pas obliga el periodisme a experimentar amb formats més frescos i dinàmics i, alhora, contribueix a plantar cara a la desinformació entre els més joves.

El 27 de març del 2021, la periodista britànica Sophia Smith Galer va publicar al seu compte de TikTok una cançó inspirada en els cants mariners per informar sobre el bloqueig del canal de Suez a causa de l'encallament de l'Ever Given, un dels vaixells porta-contenidors més grans del món. En poques hores, va

LA BASE DE DADES MAPPING JOURNALISM ON SOCIAL PLATFORMS REGISTRA MÉS DE 800 COMPTES DE TIKTOK DE MITJANS

aconseguir un milió de visualitzacions i va consolidar Smith Galer com una de les periodistes pioneres a fer servir aquesta xarxa social per explicar l'actualitat.

La capacitat de viralitzar continguts i d'arribar a audiències més joves que no són consumidores de les notícies dels mitjans de comunicació ha empès diversos mitjans tradicionals a crear comptes a la xarxa social xinesa. La base de dades Mapping Journalism on Social Platforms, creada pel periodista Francesco Zaffarano, registra actualment més de 800 comptes de TikTok de mitjans de comunicació.

“Estem parlant d'audiències que majoritàriament no han desenvolupat l'hàbit d'anar a cercar informació als mitjans de comunicació de manera proactiva. Si els mitjans no fan l'esforç d'anar a trobar-les allà on són,

és a dir, a les xarxes socials, les oportunitats d'impactar en aquest públic són gairebé inexistents”, assegura Ferran Lalueza, professor de Comunicació a la UOC.

I, certament, TikTok pot ser aquest punt de trobada entre els joves i els continguts periodístics. Un estudi recent de l'associació de comunicació, publicitat i màrqueting digital IAB Spain posa de manifest que els que més temps estan connectats a les xarxes socials són els joves d'edats compreses entre els 18 i els 24 anys (una mitjana d'1 hora i 29 minuts al dia), seguits de les persones d'entre 25 i 34 anys (1 hora i 21 minuts).

El que fan servir més és WhatsApp i TikTok. El servei de missatgeria instantani és el més utilitzat a Espanya, mentre que la xarxa social xinesa és la que més creix. L'any passat, un 21%, i ja s'ha convertit en la preferida dels joves.

Actualment TikTok compta amb més de mil milions d'usuaris actius a tot el món, la qual cosa la converteix en una de les plataformes més populars del moment. La seva audiència és molt jove, atès que més de la meitat dels usuaris tenen menys de 30 anys.

El seu algoritme és molt efectiu perquè es basa en la interacció de l'usuari a l'hora de proposar continguts. A més, té una gran capacitat per generar contingut viral. Un vídeo ben fet pot ser vist per milions de persones en molt poc temps. S'estima que el 90% de les visualitzacions d'un vídeo de TikTok prové d'usuaris que no en són seguidors.

Això ha atrapat milions de joves que utilitzen TikTok com a motor de cerca i com a font informativa. Segons el Reuters Institute, entre els joves de 18 a 24 anys aquesta xarxa social és especialment influent: el 44% la fa servir, i per al 20% és una font d'informació d'actualitat, sobretot a Àsia, l'Amèrica Llatina i Àfrica.

De la mateixa manera, els usuaris de la generació Z recorren cada cop més a TikTok en lloc de Google com a principal motor de cerca. La tendència també s'estén a usuaris d'entre 25 i 34 anys, que han demostrat un gran interès en aquesta nova forma de navegació que permet trobar informació de manera més dinàmica i interactiva. L'èxit de TikTok a l'hora d'arribar a audiències

EL 20% DELS JOVES AMB EDATS COMPRESSES ENTRE ELS 18 I ELS 24 ANYS S'INFORMA DE L'ACTUALITAT A TRAVÉS DE TIKTOK

àmplies (i també més joves) ha estat replicat per polítics en diverses campanyes mediàtiques. Per exemple, el compte de TikTok del president de l'Argentina, Javier Milei, té uns 2,3 milions de seguidors.

Tanmateix, el problema d'aquesta pràctica és la desinformació. Segons un estudi de NewsGuard, plataforma que vigila la desinformació a Internet, un de cada cinc resultats de TikTok conté informació errònia.

Durant la pandèmia, es van viralitzar vídeos a TikTok de persones suposadament vacunades que es col·locaven una forquilla al braç i se'ls hi quedava enganxada per demostrar que les injeccions contenien elements metàl·lics que atreïen els coberts a la pell. El diari *The Washington Post* va veure l'oportunitat de desmentir

aquella notícia falsa amb un tiktok de collita pròpia, un vídeo breu, concís i amb dosis d'humor que explicava que les vacunes no contenien metalls pesants magnètics. En només un dia va aconseguir més de 200.000 "m'agrada" i 2,8 milions de visualitzacions.

DOBLE RENDIMENT

Per aquest motiu, és molt interessant que els mitjans tradicionals, garants de la informació rigorosa i contrastada, facin aquest pas cap a les xarxes com TikTok. Segons Lalueza, l'estratègia de compartir continguts periodístics a TikTok seguint els codis propis d'aquesta plataforma permet obtenir un doble rendiment. "D'una banda, contribuir a combatre la desinformació: quan la desinformació guanya, el periodisme de qualitat perd. I, de l'altra, crear marca: convertir els mitjans de comunicació en referents per a un públic que, altrament, els consideraria irrelevants", assegura.

"Potser no captarà audiència de manera sistemàtica ni ho farà de seguida, però quan aquest públic jove necessiti informar-se sobre temes realment rellevants es plantejarà cercar la informació en aquests mitjans, cosa que ja comporta un gran guany fins i tot si és una acció esporàdica. Es tracta d'una cursa de fons", afegeix aquest professor de la UOC.

TikTok és una plataforma molt creativa que permet als mitjans de comunicació experimentar amb nous



Els vídeos de la periodista britànica Sophia Smith Galer a TikTok i Instagram han estat vistos més de 160 milions de cops.

A un pas de TORTOSA

A un pas de xalar



www.tortosaturisme.cat



Cicloturisme a Catalunya
Ciutats i Viles amb Caràcter
Natura i Muntanya en Família



**Ajuntament
de Tortosa**



La periodista Paula Sainz-Pardo, de TVE, informa des de TikTok. Foto: RTVE

formats i enfocaments per presentar la informació. Per això, cada mitjà utilitza una estratègia diferent en penjar-hi continguts. Per exemple, una de les característiques més destacades del canal de TikTok del *The Washington Post* (1,7 milions de seguidors) és l'humor.

Els vídeos del rotatiu nord-americà són protagonitzats per joves d'entre 20 i 25 anys que comenten l'actualitat en clau d'humor. L'equip de comunicadors és, sens dubte, la seva gran aposta. Per la seva part, la BBC News (2,5 milions de subscriptors) també aposta per vídeos breus amb periodistes joves que parlen a càmera.

Un altre estil ben diferent és el del *The New York Times* (542.000 seguidors), amb un estil més sobri a partir de la participació dels seus editors (no necessàriament perfils gaire joves) per informar sobre temes concrets a cada secció. Aquest diari juga amb dos tipus de continguts. D'una banda, la prescripció cultural (llibres, pel·lícules, música...), que els permet generar marca i confiança en els lectors. I, de l'altra, l'edició de vídeos curts sense presentador sobre l'actualitat informativa.

Al panorama espanyol, un referent de l'estratègia periodística a TikTok és *El Mundo* (1,3 milions de seguidors). Guacimara Castrillo, que està al capdavant de l'estratègia d'aquest diari a les xarxes socials, va afirmar en una conferència a la Universitat Miguel Hernández que a TikTok cal ser més natural que efectista i, també, que cal tenir molt en compte la

“regla dels tres segons”: si el vídeo no t'ha enganxat en aquest breu temps, el dit farà desaparèixer el contingut: “Quan fem els guions, tenim molt en compte

SEGONS UN ESTUDI DE NEWSGUARD, UN DE CADA CINC RESULTATS DE TIKTOK CONTÉ INFORMACIÓ ERRÒNIA

això a l'arrencada. La primera frase, la primera imatge, aquest impacte és la clau de tot per aconseguir que l'usuari es quedi”, sosté Castrillo.

L'estratègia de provar nous formats per arribar a audiències més joves es planteja com una opció encertada, perquè comporta innovar en la manera com es presenta la informació per seduir la generació z, però, també, perquè contribueix a minimitzar els efectes de la desinformació entre els més joves. Ja ho diuen: innovar té premi. TikTok pot ser, doncs, més que filtres i balls. **C**

Més informació



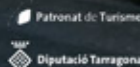
Benvinguts a
la natura
la cultura
la gastronomia

**Benvingudes
a Amposta**

AMPOSTA



Ajuntament
d'Amposta





RESPONSABILITAT O AUTOCENSURA?

El llenguatge políticament correcte condiciona la feina dels periodistes

TEXT ALBERTO GÓMEZ
IL·LUSTRACIÓ EDMON DE HARO

Vigila què dius, vigila què escrius, vigila què penges a Internet. En una època en què el llenguatge políticament correcte domina bona part dels discursos de la societat, els professionals de la informació es veuen condicionats a l'hora d'informar, ja que la resposta, sovint aïrada, de les xarxes socials implica treballar en un camp de mines. Però cal trobar, asseguren, un terme mitjà entre el que genera soroll gratuït i el dret a la informació dels ciutadans. Fins a quin punt això provoca un exercici d'autocensura? Alguns periodistes responen a aquesta pregunta i reflexionen sobre el que diuen i el que no diuen.

Va agafar el seu mòbil i va piular un comentari sobre la sanitat. Però el que no imaginava és que, al cap de pocs minuts, comencés a rebre tota mena d'insults. “Que si m’ho inventava, que si jo era una titella... No paraven d’arribar-me atacs personals. I, tot i que saps que són mentides o que hi ha trols darrere d’aquests insults, m’ho pensaria dues vegades en una ocasió similar. No val la pena exposar-te d’aquesta manera”, recorda Elena Gómez, reportera catalana del magazín televisiu *TardeAR* de Mediaset.

I és que, des de ja fa un cert temps, quan el periodisme aborda temes relacionats amb religions, feminisme, migració o discapacitats, sembla que els professionals hagin comprat massa paperetes per

ELS TEMES DE RELIGIÓ, FEMINISME, MIGRACIÓ O DISCAPACITATS GENEREN MOLT SOROLL EN UNES XARXES SOCIALS QUE NO ENTENEN DE MATISOS

aparèixer en una diana promoguda per unes xarxes socials que no entenen de matisos. I és llavors quan els periodistes, “tocats” per tanta pressió, pensen que de vegades és millor exercir l’ofici amb el fre de mà posat.

La pregunta plantejada als professionals que apareixen en aquestes línies ha estat

directa i senzilla: ens autocensurem?

“Ens sentim més responsables i som més conscients que la societat no tolera determinades coses. Afortunadament. Però si aquesta prudència s’extralimita, si no et deixa publicar tot allò que forma part del

dret a la informació, no és autocensura, però tenim un problema. I la solució passa pel mateix periodista, que és qui ha d’establir una

mena de topall”, respon Guillem Sánchez, periodista, guionista al programa *Crims* i que treballa a *El Periódico*.

Acostumat a tocar temes molt sensibles en les seves informacions, Sánchez es refereix precisament als dies que té entre mans casos de violència sexual. “Si parlem detalladament la gent podrà entendre la

gravetat del que ha passat perquè no torni a passar. Els lectors podran comprendre, potser, la complexitat d’un cas que és millor explicar amb arguments i dades perquè s’entengui del tot. Però també és cert que si donem massa detalls podem caure en la revictimització de les persones afectades”, admet aquest professional.

CAMPS DE MINES

El camp de la política també pot arribar a ser un camp de mines en què les sensibilitats, les opinions molestes o la ira que es desferma en unes xarxes socials cada vegada més polaritzades poden acabar condicionant el que s’hauria de publicar i finalment no es fa per evitar mals majors. Paloma Esteban, cara i veu habitual de moltes tertúlies en mitjans com TVE o la Cope, reconeix que, de vegades, sent una pressió que abans no sentia. “Tan

lluny per definir-ho com a autocensura no hem arribat. No hem deixat de publicar informacions o expressar les nostres opinions. Però la falta de matisos, que tot sigui blanc o negre, no hi ajuda. És un clima en què t'acabes expressant, gairebé justificant-te, sent encara més responsable. Però en algunes ocasions acabem edulcorant determinades informacions o expressions", admet aquesta periodista d'*El Periódico de España*.

Un altre professional habitual de les cambres parlamentàries és Adrià Santasusagna, cap de la secció de política de RACI, que es refereix a la responsabilitat amb la societat

"LA FALTA DE MATISOS, QUE TOT SIGUI BLANC O NEGRE, NO HI AJUDA"

Paloma Esteban, *El Periódico de España*

que tenen els mitjans de comunicació. "Hem de vigilar què diem i com ho diem. Però és molt diferent dir el que pensem amb respecte i arguments de dir el que pensem utilitzant expressions o paraules que ja no són adequades el 2024. Parlar d'*homosexual* en lloc de *maricón* no crec que sigui autocensura", assegura.

Elena Gómez intenta no exposar-se gaire a les xarxes socials. I, si un dia li toca explicar un tema polèmic, és el dia que menys llegeix els comentaris que es publiquen, majoritàriament des de l'anonimat. "Reconec que en algun moment sí que he suavitzat determinades expressions. Sempre pots escollir una paraula o una altra. Ho sé, és un error. Però ho fas perquè això no et passi factura", admet la periodista barcelonina, que recorda que un cop algú al carrer va gravar una companya seva mentre entrava en directe cobrint un esdeveniment. El vídeo va acabar a les xarxes, on després van aparèixer les dades personals de la periodista.

I hi ha molts exemples de reaccions aïrades dels lectors. "Quan Jordi Pujol va publicar una carta en què admetia que ha-

via tingut diners sense regularitzar, durant deu dies molts periodistes el van buscar en diferents pobles de la Cerdanya. Finalment, el van trobar i el van 'mig' entrevistar a Queralbs. Un excompany va piular que Pujol havia estat 'capturat'. Entre cometes. Durant uns

quants dies va rebre tota mena d'insults per haver fet servir l'expressió *capturat*. No li va tornar a passar. Però no va tornar a fer servir aquella expressió", assegura.

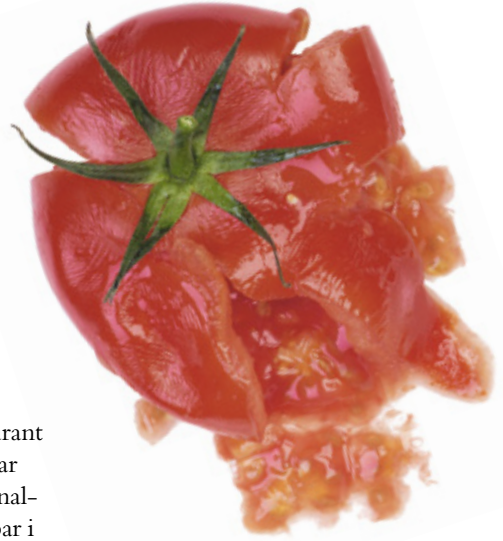
TENSIÓ CONTÍNUA

"És inevitable que et pesin els comentaris que apareixen a les xarxes sobre tu. Però t'influeixen anímicament, no professionalment. Reconec que m'importa més la qualitat que no la quantitat dels comentaris que rebo. Si són crítiques constructives o de gent educada, et toca. En canvi, dels trols, dels que només busquen destruir, res. Jo en bloquejo molts cada setmana",

"EN ALGUN MOMENT HE SUAVITZAT EXPRESSIONS. ÉS UN ERROR, PERÒ HO FAS PERQUÈ NO ET PASSI FACTURA"

Elena Gómez, Mediaset

admet, contundent, Paloma Esteban, que explica com ha vist companys que rebien tota mena d'insults després de publicar informacions sobre migració. "Ens podem equivocar, però moltes vegades s'informa sense mala fe. I ni així", assegura.



Guillem Sánchez també reconeix que el moment pel qual passa l'ofici no ajuda a encertar. "Vivim una època de periodisme ràpid, de contínua tensió, on es busca constantment el pescaclics, la immediatesa, amb titulars curts i cridaners. I així es fa difícil publicar tot allò que és rellevant sense fer mal a les víctimes del cas del qual estàs parlant. No és fàcil esquivar aquestes situacions".

Aquest professional, que ha publicat nombrosos reportatges sobre abusos sexuals en centres escolars, se n'ha anat a casa més d'una nit amb més crítiques negatives que aplaudiments. "O almenys et pesen més. És com a la vida, que et costa de creure quan et feliciten per alguna raó. Però, si tens una informació

contrastada i rellevant i la publiques així, estàs fent bé la teva feina", explica l'autor dels llibres *El estafador* (Península, 2021) i *El cas dels maristes* (Ara Llibres, 2017). En aquest sentit, Elena Gómez també considera que "afecta més un comentari nega-

CULTURA PROPERA



La **Diputació de Barcelona** fa costat a la cultura del territori.
Dona suport a museus, teatres, entitats i organitzacions locals per posar
a l'abast de tothom música, arts escèniques, tradicions i patrimoni cultural.

#culturapropera
www.diba.cat/cultura



**Diputació
Barcelona**

tiu que deu de bons. És com les ressenyes que es publiquen dels restaurants. Però és cert que et poden amargar el dia”.

Intentar fer bé la feina també forma part del consol que s'emporta a casa Santasusagna, que també creu que vivim “en un món en què es felicita poc i es critica molt. Si algun dia rellesques, tothom t'ho recordarà”. En tot cas, el cap de la secció

LA BBC UTILITZA BC (ABANS DE CRIST, EN ANGLÈS) I AD (DESPRÉS DE CRIST) PER *BEFORE COMMON ERA* I *COMMON ERA* PER NO FERIR SENSIBILITATS

de política de RACI assegura que mira de “vigilar” més les seves fonts que no pas els trols. “Sempre tens una certa por de les conseqüències arran del que publiqués, penso sovint en com pot afectar les meves fonts. Qui es deu haver enfadat? Em tornaran a agafar el telèfon? Però, per damunt de tot, afecti a qui afecti les notícies que publiquem, hi ha el dret a la veritat i la satisfacció o la seguretat que has fet bé la feina”, assegura.

QÜESTIÓ DE LLENGUATGE

Més enllà de la pressió que puguin sentir els professionals de la informació en el dia a dia, és cert que hi ha exemples de mitjans de comunicació que han rectificat els seus llibres d'estil per adoptar maneres de publicar políticament més correctes. La BBC va canviar BC (abans de Crist, en anglès) i AD (després de Crist) per *Before Common Era* i *Common Era*, respectivament, per no ferir sensibilitats religioses. Però estem parlant només d'un estil d'informar o d'una dictadura?

“En determinats àmbits sembla que no hem de sortir d'un marc establert. Jo em considero absolutament feminista, però reconec que s'està aguditzant la necessitat de no abandonar certes posicions, en gran manera per culpa de les xarxes socials. I forma part d'un clima quasi dictatorial que va a més. Jo mateixa he fet servir una

paraula o una expressió i, per culpa d'un cert activisme, m'han acusat de coses que em fan riure”, reconeix Paloma Esteban.

A Elena Gómez el que no li agrada és que es menyspreï, per exemple, el llenguatge inclausiu, ja que considera que “una gran majoria de la població no entenem del tot que no costa res portar-lo a terme. Exercir-lo. I que així fem que determinades

persones se sentin representades, respectades, millor. Els que es queixen del que és políticament correcte són els que han gaudit d'una

realitat molt còmoda. Perquè fins ara sempre han estat les mateixes minories les que rebien els comentaris completament desafortunats”.

No vivim en la dictadura de la correcció política, segons Adrià Santasusagna, però per al periodista barceloní certes coses que abans eren totalment normals en el nostre llenguatge doncs ja no ho són. “Als anys vuitanta i noranta es feien acudits

xenòfobs, masclistes, que es reien de persones amb algun tipus de trastorn, etc. Ara a molta gent ens sembla impossible fer aquest tipus d'acudits perquè sabem que són irrespectuosos i que fan mal a molta gent. I perpetuen uns estereotips de la societat que no són reals”, afirma.

Prudència. Responsabilitat. I fugir dels extrems, mirant d'explicar les coses com sempre han fet els que respecten l'ofici. Una professió que fa un gran favor a la societat si porta la contrària a aquells que, des d'un despatx o un sofà, no només es consideren en possessió de la veritat, sinó que creuen que l'hem de descriure amb les paraules que ells consideren adequades. Com si es pensessin que són ells els que són al carrer, micròfon en mà, exercint el dret a la informació. El dret de narrar, tal com són, les històries que trobem cada dia en sortir de les nostres redaccions. C



Més informació



i



ROYAL BLISS[®]

FREEDOM TO *Mix*



Cada mescla inspira.

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

BECARIS

Les pràctiques en empreses periodístiques són cada cop més
una via d'accés al mercat laboral

TEXT SUSANA PÉREZ-SOLER
FOTOS ANA JIMÉNEZ



Andrea Martínez, de la UAB, és becària a la secció de fotografia de *La Vanguardia*, mentre que Sergio Aires, de la Universitat de València, està a Societat.

Els estudiants en pràctiques han estat sempre una figura fonamental a les redaccions periodístiques. Molts graduats esperen el moment d'arribar a un mitjà per conèixer i aprendre les rutines de l'ofici. Valoren molt positivament sortir al carrer, investigar i entrar en contacte amb les fonts, però també es lamenten del fet que les pràctiques no siguin remunerades, d'un excés d'hores i tasques o, en l'extrem oposat, de no fer ni aprendre res. Tot i així, coincideixen en la necessitat de cursar-les perquè s'han convertit en una via d'accés per entrar al mercat laboral.

Les pràctiques a les empreses són un punt d'inflexió en l'etapa formativa dels estudiants de Periodisme. És allà, a les redaccions periodístiques dels mitjans de comunicació, on els estudiants poden desplegar allò que escolten a les aules: buscar i proposar temes, contactar amb fonts, fer entrevistes, escriure, fer fotografies, editar vídeos i, en definitiva, publicar o posar-se davant d'un micròfon o d'una càmera. “Les pràctiques són el lloc on s'aprèn la professió. I, en el meu cas, el primer dia que vaig trepitjar una redacció em vaig enamorar de l'ofici”, confessa Irene Guevara, martorellenca de 23 anys, que es va graduar l'any passat i treballa al diari *El País*, on va cursar les pràctiques curriculars entre l'octubre del 2022 i el gener del 2023. “Fins que no vaig trepitjar la redacció, de fet, no sabia ni si m'agradava el periodisme”, afegeix.

D'entre tots els aprenentatges que valoren els estudiants d'una etapa de pràctiques, aprendre les rutines periodístiques és la principal. Després n'hi ha d'altres com fer contactes i conèixer col·legues de professió amb les mateixes inquietuds i interessos. La no remuneració, les empreses que s'aprofiten de la seva feina

"FINS QUE NO VAIG TREPITJAR LA REDACCIÓ, NO SABIA NI SI M'AGRADAVA EL PERIODISME"

Irene Guevara, *El País*

o les que, en l'altre extrem, no els permeten aprendre perquè no els donen tasques per fer són les principals queixes. “Encara hi ha empreses que fan servir els becaris per substituir llocs de feina”, explica el periodista David Recasens, de 32 anys, que ha estat becari a M80 Radio, Europa FM, RAC1, la SER i *La Vanguardia*. “Malgrat tot, et diré que fent les pràctiques he trobat més coses bones que dolentes”, admet.

“Sovint a les redaccions hi manquen mans, de manera que, quan hi arriba algú, ràpidament se li encarrega feina. Cal entendre que el becari és algú que ve a aprendre i no se li pot exigir el mateix que a un graduat”, apunta la periodista Laia Bonals, de 26 anys, que treballa com a periodista d'esports a *El Periódico de Catalunya*. La seva trajectòria de pràctiques passa per TV3, Gol TV i *El País*.

El fet que les pràctiques esdevinguin una via d'accés per trobar feina depèn de nombrosos factors, des de l'actitud de l'estudiant fins a les necessitats del mitjà. “Dos estudiants poden fer una estada de pràctiques en un mateix mitjà, en un mateix programa i en un mateix període, i que l'experiència de l'un i de l'altre sigui totalment diferent”, sosté Joan Maria Clavaguera, responsable de pràctiques de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL. “L'actitud de l'alumne és clau. L'estudiant ideal aporta la seva capacitat per acabar exercint aquella feina en algun moment”, afegeix.

ETAPA FORMATIVA

Les pràctiques, tant curriculars com extracurriculars, són una etapa de formació amb clarobscur, a mig camí entre la vida estudiantil i la laboral. El bon exercici durant una beca pot significar un lloc de treball, però aquesta esperança també condueix a abusos per part d'algunes empreses, que donen als estudiants un excés de funcions o d'hores de treball per tal d'estalviar mà d'obra. “Les empreses han d'entendre que han de formar els becaris si realment els volen contractar”, assenyalava Roger

"SENS DUBTE, EL QUE MÉS VALOREN LES EMPRESES SÓN ELS ESTUDIANTS AMB INICIATIVA, INTERÈS, CURIOSITAT I COMPROMÍS" Maria José Recoder, UAB

Cuartielles, un dels tutors de pràctiques de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra. “Cada cop més són una via d'accés a la feina. Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, molts dels professionals actuals van ser becaris”, assegura Clavaguera. “El curs passat Prensà Ibèrica es va quedar tres estudiants en pràctiques que els vam enviar i altres anys s'han fet contractes temporals a RAC1”, afegeix.

“D'estudiants en pràctiques en tenim de tot tipus, però solen ser persones molt motivades que llegeixen, escolten o miren el mitjà on cursaran les pràctiques, ja que els estudiants escullen l'empresa on les faran en funció del seu expedient acadèmic. També n'hi ha que se les prenen com un mer tràmit i qui les dedica a explorar un determinat format –premsa, ràdio, televisió o digital– o una determinada temàtica –esports, cultura, economia, etc.–”, afegeix Cuartielles. En definitiva, és un període de formació i es tracta d'aprendre.



Marc Pusó (esquerra) i Oriol Boixader (dreta) procedeixen de la URL i la UPF, respectivament, i són becaris a RAC1.

CONSELLS PER DEIXAR UNA BONA EMPREMTA

Hi ha diferents aspectes que els becaris han de tenir en compte si el que volen és deixar una bona imatge a la redacció on fan les pràctiques. Aquests en són alguns:

01. Sigues proactiu, és important tenir una actitud propositiva. Prepara una llista de temes que t'agradaria abordar i sigues realista a l'hora d'escollir-los. Potser no podràs entrevistar una estrella com Lamine Yamal, però sí que podràs fer un reportatge sobre el futbol del teu poble.

02. No escalfis la cadira. Si no et donen cap tasca, inventa-te-la. Ets un consumidor habitual de contingut a TikTok i el programa on fas les pràctiques no en té? Proposa obrir-ne un perfil.

03. Comunica el que t'agradaria fer. Digueu quins són els teus interessos i formats predilectes, i pregunta quines necessitats té l'empresa. És molt important que la comunicació entre el tutor de pràctiques de l'empresa i l'estudiant sigui fluida, així com també la comunicació amb el responsable de pràctiques de la universitat.

04. Sigues conscient que estàs fent currículum. Si fas unes bones pràctiques, podràs tractar els teus propis temes, i això implica que tindràs els primers treballs per mostrar. A més, l'empremta que deixis a l'empresa on fas les pràctiques condicionarà tant que et tornin a trucar a la mateixa empresa com que et recomanin a una altra.

05. Sigues observador i tingues una bona relació amb els col·legues i els teus responsables. És important aportar valor tant professionalment com humanament.

LES CLAUS SOBRE EL NOU ESTATUT DEL BECARI

L'excés de funcions, d'hores de feina o del pes que representen els becaris en algunes plantilles sovint estalvia mà d'obra en algunes empreses. A fi de regular les males praxis, el Ministeri de Treball i els sindicats van pactar l'estiu passat el text del nou Estatut del Becari, que avui dia encara no compta amb el suport de les universitats i la patronal. Aquests són els cinc punts clau que afecten les estades de pràctiques:

L'Estatut obliga les empreses a assignar un salari als becaris?

No, malgrat que és una de les principals reivindicacions per part dels estudiants. Tot i això, sindicats, universitats i patronal adverteixen que aleshores s'hauria de fer un contracte laboral en lloc d'un conveni, cosa que desvirtuaria el període de pràctiques com a període formatiu.

Obliga les empreses a abonar les despeses que tenen els becaris?

Sí, les empreses han de compensar com a mínim les despeses associades a les pràctiques, és a dir, el desplaçament, l'allotjament i la manutenció. Això afecta tant empreses públiques com privades.

Cotitzen els becaris?

Des de l'1 d'octubre del 2023, tots els becaris tenen dret a cotitzar. Aquesta normativa ja està aprovada com a part de la reforma de les pensions, però els rectors de les universitats han demanat una moratòria i la patronal no s'hi mostra gaire disposada.

Quins altres drets tenen els becaris?

Tenen dret a gaudir de tots els serveis amb què compten les persones treballadores de l'empresa, com ara la restauració, la zona de descans o l'aparcament, entre d'altres, i poden absentar-se o interrompre temporalment les pràctiques per malaltia o accident.

Quants becaris pot tenir una empresa?

No poden representar més del 20% de la plantilla total.

“Les empreses valoren que els estudiants tinguin cultura general, capacitat de documentar-se i domini de les tecnologies, és a dir, que sàpiguen moure's a les xarxes socials, les bases de dades i els programes d'ofimàtica. Però el que més valoren i demanen són estudiants amb iniciativa, interès, curiositat i compromís”, explica Maria José Recoder, exdegana de la Facultat de Ciències

ELS MITJANS PETITS PERMETEN FER COSES DES DEL PRIMER DIA, A DIFERÈNCIA DELS GRANS, ON ELS SINDICATS PROTEGEIXEN MÉS ELS DRETS LABORALS

de la Comunicació de la UAB i membre de la junta de govern del Col·legi de Periodistes, on és la responsable del Grup de Treball d'Universitats i Educació Mediàtica. “L'estudiant el que vol és aprendre les rutines periodístiques i, per això, els agraden més els mitjans petits que els permeten fer moltes coses des del primer dia, mentre que en els mitjans grans els sindicats protegeixen més els drets laborals”, afegeix Recoder.

REPTES I ACOMPANYAMENT

L'estudiant ha d'esperar reptes, exigència i acompanyament per part de l'empresa. “L'estudiant en pràctiques mai no pot ser una càrrega per al mitjà”, assenyala Andrés G.-Nandín, coordinador del *Diari de Barcelona* de la Universitat Pompeu Fabra, un mitjà digital elaborat per estudiants de grau i coordinat per professors de la mateixa facultat. “Nosaltres no podem demanar mai a un estudiant coses que no sigui capaç de fer. Poden equivocar-se i

"L'ESTUDIANT SEMPRE HA DE TENIR UNA TUTORITZACIÓ PER PART DE L'EMPRESA I UN RETORN DE LA FEINA QUE ESTÀ FENT" Andrés G.-Nandín, UPF

poden dubtar i els hem d'acompanyar. L'estudiant sempre ha de tenir una tutorització per part de l'empresa i un retorn de la feina que està fent. Sense això, el procés no acaba de tenir sentit, perquè l'estudiant no sap què ha de fer per millorar, que és l'objectiu de qualsevol període de pràctiques”, conclou G.-Nandín. **C**

COMUNICACIÓ RELIGIOSA AMB ULLS DE JOVE

La narrativa catòlica es renova a Catalunya
amb les noves generacions com a protagonistes

TEXT **JORDI PACHECO**
FOTOS **JOSÉ LUIS GÓMEZ GALARZO**



Macià Grau a la redacció de *Catalunya Cristiana*, setmanari que edita l'arquebisbat de Barcelona.

Actualment a Catalunya s'hi professen catorze confessions religioses diferents, una mostra de la seva diversitat, però en l'àmbit del periodisme la que dona feina a gran part dels professionals és el catolicisme, la majoritària, amb quasi sis mil centres de culte dels poc més de set mil que hi ha a casa nostra. En aquest sentit, la professionalització de la comunicació social de l'Església catòlica ha provocat que en els darrers anys un nodrit grup de joves hagin trobat en mitjans impulsats per entitats del món eclesial un espai per desenvolupar-se laboralment. Desafiant prejudicis i etiquetes, els seus testimonis palesen una experiència enriquidora i plena de significat, amb oportunitats per créixer i influir positivament en la societat a la qual informen.

“Quin goig veure tants joves!”, deia el capellà Xavier Morlans a uns periodistes el passat 14 de maig durant la trobada convocada per *Catalunya Religió*, que va reunir representants i responsables de premsa d'entitats afins amb motiu de la Jornada Mundial de les Comunicacions Socials. I és que en l'ambient de la reunió, amb una mitjana d'edat ostensiblement inferior a la que s'acostuma a donar en altres actes d'àmbit eclesial, es posava de manifest la posició de protagonisme del jovent en el sector de la comunicació religiosa.

“Actualment hi ha plataformes i mitjans digitals que viuen en un escenari diferent dels grans mitjans tradicionals, ja que, a diferència d'aquests, no requereixen grans inversions ni estructures complexes. En aquest context, els mitjans religiosos poden resultar més propers als joves a través de la seva vehiculació en les xarxes so-cials”, argumenta Carles Duarte, president del Patronat de la Fundació Catalunya Religió.

Però en general, malgrat aquest factor, l'àmbit religiós és encara desconegut

entre comunicadors novells que no han tingut vincles previs amb institucions religioses. “A la manca de contacte s'hi afegeixen condicionants socials que no faciliten l'interès dels comunicadors per conèixer les realitats de l'Església, o bé hi tenen una predisposició que partirà d'uns certs prejudicis”, assegura Carles Bardou (Reus, 2000), graduat en Periodisme per la Universitat Rovira i Virgili i director de la revista *Església de Tarragona*.

MIRADA TRANSVERSAL

Una altra de les possibles raons de la manca d'interès per la comunicació religiosa seria “l'etiqueta distorsionada”

L'ÀMBIT RELIGIÓS ÉS ENCARA DESCONEGUT ENTRE COMUNICADORS NOVELLS QUE NO HAN TINGUT VINCLES PREVIS AMB INSTITUCIONS RELIGIOSES

que fa veure el fet religiós com “una part de la societat anacrònica i tancada en si mateixa”. Així ho creu Xavier Pete (Alcover, 1992), periodista de l'agència Flama,

portal d'informació religiosa nascut l'any 2005 en el si de la Federació de Cristians de Catalunya.

Tot i aquests prejudicis, per a Pete el més destacable de seguir l'actualitat eclesial és el fet de poder posar la mirada en la

diversitat d'àrees en què es fa present la religió. Des de la política fins a la cultura, passant pel medi ambient, l'economia o les migracions. “El

fet religiós és transversal i per això, en la meua feina, d'un dia per l'altre puc passar d'estar a bord de l'Open Arms a entrevistar Jordi Pujol”, explica.



La periodista Sílvia Muñoz és cap de continguts de l'emissora Ràdio Estel.

Per a Roger Vilaclara (Barcelona, 1997), graduat en Periodisme per la UAB i exredactor en cap de *Catalunya Religió*, la seva experiència creant informació eclesial l'ha fet conèixer millor el món de la religió i la fe. "M'ha agradat el fet de poder explicar realitats que no es veuen en mit-

ha iniciat una nova etapa professional en el Servei de Promoció i Comunicació de l'Escola Universitària Salesiana de Sarrià.

"Hi ha poca gent que vulgui dedicar-se al periodisme religiós, però, si ets una persona creient o tens un cert interès per la religió, és una gran oportunitat professional perquè es tracta d'un sector en què, si treballes bé, pots arribar a destacar i fer-te un

nom ràpidament", opina Macià Grau (Barcelona, 1992), redactor del setmanari *Catalunya Cristiana*, que edita l'arquebisbat de Barcelona.

Graduat en Periodisme per Blanquerna, Grau posa el focus en l'ambient de treball que es respira entre els membres de l'equip del setmanari, que comparteix redacció amb Ràdio Estel. "Som com una família, compartim la fe i tots estem moguts per l'interès a donar a conèixer la paraula de Déu i les obres socials de l'Església", assenyala.

BRANCA SOCIAL I SOLIDÀRIA

Anna Molas (Salt, 1993), graduada en Comunicació Cultural i membre del Departament de Comunicació de Càritas Girona, considera que treballar en aquesta organització cristiana enmig d'una societat en què el fet religiós ha perdut

"És una gran oportunitat professional. Pots arribar a destacar i fer-te un nom ràpidament" Macià Grau, *Catalunya Cristiana*

jans d'àmbit general, donar veu a persones que normalment no en tenen i trencar amb certs prejudicis que podia tenir abans", reconeix Vilaclara, que enguany

influència és una experiència “positiva, enriquidora, plena de significat”, ja que el que defineix la tasca de l’entitat és “el compromís amb valors universals com l’amor, la solidaritat, la justícia social i la dignitat de la persona”.

“Són valors que ressonen en molta gent, independentment de les seves creences”, afegeix, convençuda que la major part de la societat aprecia i respecta la feina de Càritas. “Qualsevol persona pot comprovar els resultats tangibles i l’impacte real que té el nostre acompanyament en la societat”, afirma.

Una de les coses que més aprecia aquesta jove saltenca d’estar a Càritas —que l’any

2023 va invertir més de dos milions d’euros en comunicació, sensibilització i captació— és el fet de poder formar part

"ÉS GRATIFICANT VEURE COM LA NOSTRA FEINA GENERA UN PROGRÉS GENUÍ EN LA SOCIETAT"

Anna Molas, Càritas

del canvi. “És gratificant veure com la nostra feina genera un progrés genuí en la societat. M’agrada saber que l’esforç i la dedicació són per una bona causa i, a més a més, treballar en un entorn que prioritza la persona, i amb persones que comparteixen una mateixa passió, és encoratjador”, reconeix.

“En el món de la comunicació eclesial ens hem d’agafar a les persones i als projectes a favor dels més vulnerables”, relata, per

la seva part, Montse Punsoda (Barcelona, 1990), graduada en Periodisme per Blanquerna.

Membre de l’agència

Animaset, des d’on actualment s’encarrega de la comunicació de la Catedral de Barcelona i de la Unió de Religiosos de Catalunya, Punsoda admet que el que més gaudeix de la seva feina és el contacte amb la branca social de l’Església i amb el seu patrimoni cultural. “És una llàstima —puntualitza— que tota aquesta part, tan



CRÒNIQUES DE LA JMJ

L’Església catòlica aplega una gran diversitat de carismes, projectes i moviments i, des d’aquest punt de vista, pot oferir un ampli ventall de possibilitats pel que fa a la comunicació. En aquest sentit, la institució promou esdeveniments directament adreçats al jovent, alguns dels quals de gran magnitud, com la Jornada Mundial de la Joventut (JMJ), una trobada entre el Papa i centenars de milers de joves d’arreu del planeta que, des del 1986, se celebra cada quatre anys en una ciutat diferent.

L’edició de la JMJ celebrada a Cracòvia, Polònia, l’estiu del 2016, va ser una de les primeres proves de foc professionals que va afrontar Montse Punsoda, aleshores treballadora de l’equip de comunicació de l’arquebisbat de Barcelona. “Vaig viatjar a Cracòvia amb els pelegrins de la diòcesi per cobrir les seves activitats durant aquells dies. Va ser una experiència intensa que em va portar a recórrer la ciutat a altes hores de

la nit per assistir a la trobada amb el Papa l’endemà, després d’haver vist la sortida del sol... Gravava durant tot el matí i tota la tarda i quan arribava a l’hotel, al vespre, muntava les notícies en diversos formats i les enviava a Barcelona perquè els meus companys les incorporessin al web”, rememora. Roger Vilaclara també va poder cobrir, per a *Catalunya Religió*, una altra JMJ, en aquest cas la celebrada a Lisboa l’estiu del 2023. Ho va fer acompanyat de les també periodistes Aina Argueta i Anna Guimerà, amb qui va documentar la participació en l’esdeveniment dels més de tres mil joves pelegrins de les deu diòcesis catalanes. Van ser dies d’intercanviar missatges constantment amb els responsables dels grups per conèixer els plans per endavant i poder preveure les cobertures. “Cada reportatge comportava perseguir la gent, però era gratificant saber que a tots els feia il·lusió que poguéssim recollir la seva experiència”, destaca Vilaclara.



Roger Vilaclara treballa en el Servei de Promoció i Comunicació de l'Escola Universitària Salesiana de Sarrià.

rica i diversa, quedi sovint esquitxada pels escàndols relacionats amb els abusos”.

"ÉS UNA LLÀSTIMA QUE LA BRANCA SOCIAL DE L'ESGLÉSIA QUEDI ESQUITXADA PELS ESCÀNDOLS DELS ABUSOS" Montse Punsoda, agència Animaset

En el cas de Sílvia Muñoz (Hospitalet de Llobregat, 1997), graduada en Periodisme per la UAB i cap de continguts de Ràdio Estel, treballar en aquesta emissora li ha permès no només descobrir la tasca de nombroses entitats socials, “que per la humilitat que les caracteritza no sempre

se sap que són de l'Església”—detalla—, sinó també cobrir actes religiosos de rellevància com la benedicció de Manel Gasch com a abat de Montserrat. “Va ser emocionant poder fer aquella cobertura un mes després d’incorporar-me a l'emissora. A la meua edat, aspirar a una experiència així és una fita destacable”, admet.

Un altre aspecte que assenyalava Muñoz de Ràdio Estel, on durant els seus primers dos anys va ser redactora de Societat, és

la seva capacitat de fer molt amb pocs recursos. “Som una ràdio amb mitjans escassos i petita, però amb el que tenim intentem arribar a tot arreu”, comenta la periodista sobre aquesta emissora. Des del 1994, desenes de periodistes joves hi han fet i continuen fent-hi els seus primers passos professionals. **Ç**



UN COMPROMÍS FAMILIAR AMB LA NATURA

El nostre llegat és tenir cura de la terra per a les futures generacions



MIGUEL I MIREIA TORRES MACZASSEK,
5a GENERACIÓ A ELS TOSSALS (DOQ PRIORAT)

WWW.TORRES.ES



Gràcies a tots els professionals del vi per escollir Familia Torres com

#1 LA MARCA DE VI
MÉS ADMIRADA
DEL MÓN 2024
DRINKS INTERNATIONAL



Descobreix més
sobre el programa
de Torres & Earth



Dossier
Periodisme i documentals



EXPLICAR L'OFICI

En els darrers anys hi ha una allau de documentals
en què els periodistes són els protagonistes

Sovint els periodistes no només són els autors dels documentals, sinó que també en formen part activa davant la pantalla, ja sigui com a protagonistes o bé, d'alguna manera, mostrant les llums i les ombres de la professió. En aquest article analitzem com es retrata l'ofici a través d'aquest gènere que en els darrers anys, gràcies sobretot a l'expansió de les plataformes de continguts, està en auge.



TEXT **LAURA SAULA**

Tradicionalment, el cinema i la televisió han ofert pel·lícules i sèries en què els periodistes són persones que sempre estan a la recerca de l'exclusiva i que no dubten a defensar l'ètica i la moral a l'hora de publicar. Tot aquest imaginari, sovint força esbiaixat, ha estat contraposat a la visió, molt més realista, que es té de la professió a través dels documentals.

Els continguts de no-ficció on els periodistes tenen un paper rellevant permeten, en principi, explicar millor en què consisteix l'ofici. Tot i això, cal anar amb compte, sobretot arran del boom de documentals que hi ha hagut en els darrers anys a les plataformes de continguts.

LA IMATGE DEL PERIODISME A LA FICCIÓ, SOVINT ESBIAXADA, ES CONTRAPOSA AMB EL REALISME QUE OFEREIXEN ELS DOCUMENTALS

A l'estudi *The State of Journalism on the Documentary Filmmaking Scene*, publicat el 2021, ja s'indicava que els documentals i programes de no-ficció s'han multiplicat en les dues últimes dècades amb l'auge de les plataformes com Netflix. Això ha propiciat la producció en massa de documentals d'entreteniment de baix cost

i minisèries en què s'exposen històries reals, tot i que sovint tenyides d'un cert sensacionalisme.

"MOLTA GENT ENCARA NO HA ENTÈS LA DIFERÈNCIA ENTRE UN REPORTATGE PERIODÍSTIC I UN DOCUMENTAL" Montse Armengou, TV3

D'altra banda, i segons l'estudi, a mesura que els mitjans periodístics tradicionals han disminuït, els documentals han sorgit com un nou mitjà de confiança per als espectadors. El seu format únic, per la seva combinació de narració immersiva i d'afirmació de veracitat, que inclou la precisió dels fets, la significació de la història, la independència del narrador i el tracte de bona fe dels participants, ha generat una notable confiança pública en un moment en què ha crescut la desconfiança cap a molts mitjans comercials.

De fet, molts dels periodistes involucrats en documentals són persones que venen del camp del periodisme narratiu, tal com assegura Justin Webster, periodista britànic

resident a Barcelona i director de molts documentals guardonats. "Són periodistes acostumats a escriure textos molt llargs i a dedicar dos anys a treballar històries que després són molt explotables", explica.

El que passa és que aquests documentals,

en els quals sovint els periodistes o l'ofici tenen un paper protagonista, es barregen en una mar d'opcions que també reuneixen continguts de no-ficció més propers als *realities* i al sensacionalisme televisiu. Això fa que, segons l'estudi citat, molts espectadors acabin assumint que miren continguts on hi ha estàndards d'ètica periodística, quan no sempre és així.

NO ÉS EL MATEIX

Abans de continuar és important remarcar que, dins del gènere documental, hi ha un gran ventall de formats molt diferents entre si. No són el mateix una docuserie, un documental més observacional o un de més televisiu, o fins i tot el *true crime*, per esmentar-ne alguns. "Molta gent encara no ha entès la diferència entre un reportatge periodístic i un documental. Aquest últim té la llibertat de dir: "Jo



Un fotograma de *20 dies a Mariúpol*, que aquest any va obtenir l'Oscar al millor documental.

defenso que aquesta rajola està guexa, i no vull que m'ho contrasti el director de rajoles, sinó que vull denunciar que la rajola està malament i ho demostro, mentre no sigui mentida", exemplifica Montse Armengou, directora del programa *Sense ficció* de TV3.

Per la seva banda, Joan González, director del festival DocsBarcelona, explica que fer un documental és com pintar un quadre: "No reflecteix la realitat tal qual, com faria el periodisme, sinó que l'autor fa una interpretació de la realitat". Als seus alumnes, González sempre els demana que s'imaginin que són davant d'un camp de blat i que conviden un fotògraf i un pintor perquè el retratin. "El fotògraf et farà una fotografia i el pintor, un quadre, que podrà ser hiperrealista, surrealista, impressionista... Segons quina sigui la seva

interpretació", explica. Aquesta és la diferència entre reportatge i documental: el primer mira de ser fidel, amb honestat i subjectivitat, mentre que l'altre et dona un punt de vista i et transmet el missatge a la seva manera. "Un és fill de la recerca de la veritat i l'altre és fill de la recerca de l'art", matisa.

INTERPRETAR LA PROFESSIÓ

Tota aquesta explicació és, segons el director, una manera de fer entendre que, quan parlem de documentals on surten periodistes o l'ofici del periodisme, "no es tracta de cineastes que retraten la feina dels periodistes, sinó de cineastes que interpreten la feina dels periodistes". I, en aquesta línia, el fet és que en els darrers anys hi ha hagut una autèntica allau de documentals on la presència del

director o del periodista a la història és clau, segons apunta Montse Armengou.

"Hi ha casos en què, arran d'un cas proper del director, es tracta una temàtica que pot tocar moltes altres persones, mentre que altres vegades és el mateix director que vol fer coses com descobrir la història del seu avi, en una espècie de sanació interna on, al final, sembla que entre tots li estiguem pagant la teràpia", ironitza Armengou. És clar que després hi ha altres casos, com el documental *20 dies a Mariúpol* (2023), en què directament es valora la feina dels periodistes que estan arriscant la seva vida per explicar la guerra d'Ucraïna. "Són documentals on la càmera és subjectiva i fa valdre una presència, una denúncia", afegeix Armengou, que insisteix que això s'ha fet "des dels temps dels temps".

RETRATAR-SE UN MATEIX

La feina del periodista sempre ha estat atractiva a l'hora de mostrar un ofici a través del qual es poden buscar històries. “Una pel·lícula sempre és una transformació, una evolució d’una història, i si, seguint el dia a dia d’un periodista, es pot desenvolupar, aquesta història és or”, remarca González.

En aquest sentit, un documental que ho reflecteix molt bé seria, segons el director del DocsBarcelona, *Un dia més amb vida* (2017), on es retrata la vida del periodista Ryszard Kapuscinski a través d’una Angola devastada per la terra. Un altre documental que també el va impactar és *Últim capítol. Adeu, Nicaragua* (2010), on un periodista suec torna al país centreamericà vint-i-cinc anys després d’haver-hi anat per cobrir l’època sandinista amb l’objectiu d’esbrinar què va passar realment aleshores i confrontar tots aquells a qui ell considerava que l’havien enganyat. “És una revisita del mateix periodista de la realitat que havia reflectit en aquell moment, i després s’adona que tot era una gran enganyifa”, explica González.

D’altra banda, el director del DocsBarcelona remarca un subgrup dins del

"SERIA INTERESSANT QUE, MÉS ENLLÀ D'EXPLICAR UNA HISTÒRIA, ES TRACTI LA PRECARITZACIÓ DE LA FEINA" Laia Aubia, Acadèmia del Cinema Català

panorama documental que seria el del *character-driven*, on és el personatge qui et va portant per la història perquè la vagis descobrint a través seu. És ell qui

parla amb els diferents testimonis, qui escolta les diferents versions i qui va al lloc dels fets. Un exemple d’aquest estil és el documental *Chris the Swiss* (2018), en què la directora reconstrueix la història del seu cosí periodista que se’n va anar a cobrir la guerra de Bòsnia i, un cop allà,

LA FEINA DEL PERIODISTA SEMPRE HA ESTAT ATRACTIVA A L'HORA DE MOSTRAR UN OFICI A TRAVÉS DEL QUAL ES PODEN BUSCAR HISTÒRIES

es va acabar involucrant militarment en un dels bàndols. “A partir de les imatges d’animació, el testimoni i l’arxiu, com a espectador segueixes la transformació d’un personatge que va a un lloc per fer una cosa i allà adquireix un compromís que el porta a fer-ne una altra de molt diferent. L’evolució del personatge, a banda de la història, és un doble bonus per al documental”, assegura González.

MENYS MÚSCUL

També hi ha hagut tradicionalment els reportatges de periodisme gonzo, on el periodista va fins als extrems i s’infiltra en tota mena de partits polítics, sectes o comunitats on creu que s’estan tenint negligències. “De vegades sembla que hi ha una realitat distorsionada i tothom es pensa que les redaccions estan disposades a enviar els seus reporters fora per fer coses així”, reflexiona Armengou. Tot i això, també considera que, si el públic no coneix aquestes pràctiques,

potser cada vegada es desdibuixarà més de l’imaginari popular el periodista que surt a lluitar i a denunciar una injustícia.

Per a Armengou, ja fa molt temps que la presència del director o del periodista en el documental és molt habitual. No

obstant això, no sempre és necessària aquesta presència, o no es fa de manera prou correcta. “De vegades hi ha una mena de mania en el

documentalisme que sembla que la veu en off faci que sembli ‘menys documental’ i hi ha qui pensa que això t’ho supleix la presència del periodista”, reflexiona.

Una altra visió té Laia Aubia, directora de l’Acadèmia del Cinema Català i que anteriorment havia treballat al DocsBarcelona. “Encara que el gènere documental estigui en auge a les plataformes, a Catalunya la producció de llargmetratges documentals ha perdut molta musculatura”, lamenta.

Aubia recorda que en el passat Catalunya havia estat un territori pioner en el panorama documental, tant pel volum com per la quantitat. Això sí, considera que fa uns anys hi havia una visió molt més romantitzada dels periodistes, com aquelles persones que van a buscar la veritat i es posen en perill, mentre que en els darrers documentals hi ha una visió més crítica del periodisme. “Seria interessant que en els documentals, més enllà d’explicar una història on el periodista descobreix alguna cosa, també es tractés la precarització de la seva feina i es fes una anàlisi de la professió”, conclou. Ç

Dossier
Periodisme i documentals



RETRAT DE LA PROFESSIÓ

Repàs d'alguns documentals que ofereixen els
diferents vessants del periodisme i la comunicació

El periodisme dona per explicar moltes històries, per això hi ha un gran nombre de documentals relacionats amb la professió. Alguns se centren en referents de l'ofici; d'altres, en mitjans de comunicació especials. Però no només això. En les darreres dècades, la manera com ens relacionem també ha viscut una revolució gràcies a Internet i les xarxes socials, i això també ha permès documentar una realitat sovint preocupant.



TEXT **JOAN PALOMÉS**

El documental és un format periodístic que té cada cop més èxit a les plataformes d'èstríming, i la prova d'això és que la seva demanda augmenta dia rere dia. D'aquell mític *Nanuk, l'esquimal*, de Robert Flaherty, del 1922, han passat ja més de cent anys i el gènere no ha deixat d'evolucionar.

En aquestes pàgines us presentem un seguit de documentals en què el protagonista és el periodisme: redactors, fotoperiodistes, corresponents de guerra, periodistes d'investigació, mitjans de comunicació peculiars, etc. Però els ciutadans també hi tenen cabuda, sovint com a subjectes passius, sobretot en aquelles cintes que analitzen les noves, i sovint preocupants, formes de comunicació.



TÍTOL: *Tots els governs menteixen*

DIRECTOR: Fred Peabody

ANY: 2016

DURADA: 90 min

DISPONIBLE A: Apple TV

El documental parteix d'una premissa: qualsevol persona que tingui poder es veu obligada a mentir. Així, un grapat d'escriptors i de periodistes independents nord-americans –Glenn

Greenwald, Jeremy Scahill, Amy Goodman, Noam Chomsky, Carl Bernstein i Michael Moore, entre d'altres– reivindiquen el retorn d'aquell periodisme personificat en Isidor Feinstein Stone, un periodista iconoclasta, dissident i radical que va encapçalar la lluita per la llibertat de premsa durant els anys seixanta i per la total independència dels mitjans de comunicació davant dels poders fàctics. Un al·legat pel dret de la ciutadania a una informació lliure d'interferències, contrastada i honesta.



TÍTOL: *La sal de la tierra*

DIRECTOR: Wim Wenders i Juliano R. Salgado (Decia Films)

ANY: 2014

DURADA: 1 h 45 min

DISPONIBLE A: Prime Video

Sebastião Salgado és un fotoperiodista brasiler, membre de l'agència Magnum i guanyador de diversos premis World Press Photo. Per tot això molts el

consideren el millor fotoperiodista de tots els temps. Aquest documental és un portentós viatge per les seves fotografies, comentades pel mateix Salgado: els ulls desolats dels nens dels camps de refugiats etiòps, la resignació de les dones dels pobles del Níger durant la sequera, les imatges apocalíptiques de les mines d'or de Serra Pelada al Brasil, l'orgull antic dels americans primigenis de Mèxic, de Bolívia, de l'Equador i del Perú... Un mestratge de fotoperiodisme.



TÍTOL: *Llorenç Gomis, el mestre seré*

DIRECTOR: Raimon Cartró i Jordi Pacheco (Highland Agency)

ANY: 2023

DURADA: 48 min

DISPONIBLE A: Filmin, 3Cat

Llorenç Gomis va ser un home polièdric: fundador i director de la revista *El Ciervo*, periodista, professor, poeta i humanista. Com a periodista, “el millor articulista

que hi ha hagut a Catalunya i Espanya”, en paraules d'Albert Sáez. Com a professor, va estendre el seu mestratge a milers d'alumnes de la UAB i, com a poeta cristià, un aferrissat enemic del nacionalcatolicisme. Familiars, amics i professionals perfilen la figura d'un dels intel·lectuals més notables de la segona meitat del segle xx.



TÍTOL: *La verdad contra Alex Jones*

DIRECTOR: Dan Reed (Amos Pictures)

ANY: 2024

DURADA: 2 h

DISPONIBLE A: Movistar

El documental ens presenta Alex Jones, un locutor de ràdio nord-americà que, des del web InfoWars, va difondre falsedats i teories de la conspiració sobre el tiroteig a Sandy Hook, una escola de

primària de Newtown, a l'estat de Connecticut, on van morir vint-i-sis persones, entre elles vint infants. El documental és la crònica de les demandes per difamació per part de les famílies dels nens que van perdre la vida al tiroteig. Es tracta d'un al·legat contra les falsedats que tant de mal fan, precisament, als que més han patit.



Títol: *La fugida*
DIRECTOR: Josep Morell Feixas, Guillem Sánchez Marín i Marc M. Sarrado (Prensa Ibérica i Ottokar)
ANY: 2024
DURADA: 2 h
DISPONIBLE A: 3Cat

Aquesta cinta parla de la ruta de la impunitat dels delictes d'abusos sexuals comesos per dos sacerdots jesuïtes a col·legis de Barcelona i de Cochabamba, a Bolívia. Aquests abusos han durat més de trenta anys, amb centenars de víctimes. El documental està basat en la investigació de vuit anys del periodista Guillem Sánchez, d'*El Periódico de Catalunya*, sobre els abusos als col·legis religiosos.



Títol: *Stieg Larsson: El hombre que jugó con fuego*
DIRECTOR: Henrik Georgsson (B-Reel Films)
ANY: 2018
DURADA: 99 min
DISPONIBLE A: Filmin

Mitjançant fotos i vídeos d'arxiu i entrevistes a historiadors, analistes i persones pròximes al periodista suec, autor de la trilogia *Millennium*, aquesta minisèrie documental ens endinsa en la vida incorruptible d'un home a la recerca de la veritat. La seva investigació sobre l'assassinat d'Olof Palme és més fidedigna que l'oficial i les seves prediccions sobre l'extrema dreta són més vigents que mai en aquesta Europa desvalguda d'avui.



Títol: *Joana Biarnés. Una entre tots*
DIRECTOR: Òscar Moreno i Jordi Rovira (REC Videoproduccions)
ANY: 2015
DURADA: 72 min
DISPONIBLE A: 3Cat / Filmin / Amazon Prime

La veu de Joana Biarnés es trenca quan recorda la promesa que va fer al seu pare, el fotògraf Joan Biarnés: "Mai et faré abaixar el cap". I així va ser: no només va ser la primera fotoperiodista d'Espanya en un univers exclusiu d'homes, sinó que va ser responsable de memorables imatges dels anys seixanta i setanta. Ens ho explica ella mateixa, el seu marit i un grapat d'amics, periodistes i artistes que l'han conegut. És un merescut homenatge que rescata aquesta pionera de l'oblit.



Títol: *La xarxa ultra*
DIRECTOR: Raúl Cuevas (La Manchester)
ANY: 2024
DURADA: 1 h 3 min
DISPONIBLE A: 3Cat

Un grup de joves d'un institut, l'anomenada generació Z, ens explica que no llegeix el diari, ni veu la televisió, ni escolta la ràdio, i que la seva font d'informació són les xarxes socials. Un recorregut angoixant per un territori on el racisme, l'homofòbia, la misogínia i la islamofòbia estenen la seva perniciosa influència entre el jovent. Un bastió de la ultradreta: vox creix desmesuradament entre els nous votants.

LA XARXA ULTRA ENS MOSTRA COM L'EXTREMA DRETA S'INFILTRA, A TRAVÉS DE LES XARXES SOCIALS, ENTRE ELS MÉS JOVES



Títol: *Page One: un año en "The New York Times"*
DIRECTOR: Andrew Rossi (Inside The Times)
ANY: 2011
DURADA: 1 h 26 min
DISPONIBLE A: actualment no està disponible en estríming

La gravació del documental durant un any al diari més famós del planeta coincideix –i així queda plasmat– amb la fallida de centenaris i prestigiosos diaris dels Estats Units, l'aparició de WikiLeaks i l'expansió de les xarxes socials. Les reflexions dels principals periodistes de la plantilla del rotatiu sobre la metamorfosi del periodisme i l'enregistrament de les seves reunions de redacció s'alternen amb la lluita constant del diari amb polítics i funcionaris, les estratègies per afrontar l'amenaça de les xarxes socials i l'angoixa d'editors i directors per garantir la supervivència de *The New York Times*.



Títol: *Slow News*

DIRECTOR: Alberto Puliafito (IK Produzioni)

ANY: 2020

DURADA: 1 h 33 min

DISPONIBLE A: Filmin

“Soc periodista i em paguen per crear polèmica i aconseguir tants clics com sigui possible per al meu diari”, admet.

“Quanta mentida i quanta veritat hi ha en el que escrius?”, pregunta l’entrevistador. “50/50”, respon sense embuts. Amb aquesta conversa s’inicia una profunda reflexió sobre la informació esdevinguda mercaderia i la reivindicació d’un periodisme lent, militant, assossegat, reflexiu, crític i analític que apaivagui el soroll de la sobreinformació, que és, al capdavant, desinformació.



Títol: *Xavier Vinader, periodista. Contra la guerra bruta*

DIRECTOR: Xavier Montanyà (Antàrtida Produccions)

ANY: 2014

DURADA: 61 min

DISPONIBLE A: 3Cat

Xavier Vinader va ser el primer exiliat i pres per motius polítics de la democràcia espanyola per les seves investigacions dels draps bruts i secrets d’estat durant la Transició espanyola. La seva especialitat era l’estreta connivència de l’extrema dreta, la policia, els serveis secrets i les clavegueres de l’Estat durant aquells foscos anys. Es tracta d’una aproximació a tot un referent del periodisme d’investigació del nostre país.



Títol: *En peligro*

DIRECTOR: Rachel Grady i Heidi Ewing (Ronan Production Group)

ANY: 2022

DURADA: 1 h 28 min

DISPONIBLE A: Max

El documental segueix la feina de Patrícia Campos, de la *Folha de S. Paulo*; Sášhenka Gutiérrez, de l’Agència EFE a Mèxic; Oliver Laughland, de *The Guardian*, i Carl Juste, del *Miami Herald*, per mostrar les dificultats, les amenaces i l’assetjament que pateixen en el seu dia a dia laboral. És el retrat d’una professió en risc quotidià i permanent.



Títol: *El asesinato de un periodista*

DIRECTOR: Matt Sarnecki (Frame Films)

ANY: 2022

DURADA: 1 h 40 min

DISPONIBLE A: Filmin

Andrej Kiska, president d’Eslovàquia entre el 2014 i el 2019, enceta el documental amb aquesta afirmació: “Hi ha alguna cosa de maligna en els fonaments mateixos del nostre Estat”. L’any 2018, l’assassinat a trets del periodista Ján Kuciak i la seva parella va commocionar el país. La filtració de l’expedient policial va donar a conèixer els responsables intel·lectuals del crim i un entramat sinistre de corrupció. El documental tracta d’un estat segrestat per una oligarquia corrupta que pot comprar polítics, policies i jutges.

LA MORT DE JÁN KUCIAK I LA SEVA PARELLA A *EL ASESINATO DE UN PERIODISTA* PERMET PARLAR DE LES TRAMES CORRUPTES A ESLOVÀQUIA



Títol: *Morir para contar*

DIRECTOR: Hernán Zin (Contramedia Films)

ANY: 2018

DURADA: 1 h 28 min

DISPONIBLE A: Actualment no està disponible en estríming

El documental presenta les conseqüències psicològiques i els traumes que arrossegueu els reporters de guerra. Mitjançant els testimonis de periodistes que han conegut les zones de conflicte durant els darrers anys –David Beriain, Ramón Lobo, Carmen Sarmiento, Gervasio Sánchez, Fran Sevilla...–, ens endinsem en la foscor d’aquest ofici: les pors i el pànic, els neguits i les angoixes. També és un sentit homenatge als companys que han mort fent la seva feina.



Títol: *Citizenfour*
DIRECTOR: Laura Poitras (Praxis Films)
ANY: 2024
DURADA: 1 h 54 min
DISPONIBLE A: Filmin

Citizenfour era el pseudònim que signava els correus electrònics encriptats que va rebre Laura Poitras i que alertaven sobre escoltes il·legals. Després de nombroses mesures de seguretat –amb viatges a

Hong Kong i Moscou inclosos–, la directora es troba amb el misteriós remitent, que no és un altre que Edward Snowden, i el resultat és la denúncia de la més inquietant xarxa d'espionatge i d'intervencions electròniques il·legals i globals per part de l'NSA (Agència de Seguretat Nacional) i altres agències d'intel·ligència. *Citizenfour* va guanyar l'Oscar al millor documental.

CITIZENFOUR, QUE VA GUANYAR L'OSCAR AL MILLOR DOCUMENTAL, REVELA LA INQUIETANT XARXA D'ESPIONATGE IL·LEGAL PER PART DE L'NSA



Títol: *Fotógrafo de guerra*
DIRECTOR: Christian Frei
ANY: 2001
DURADA: 1 h 36 min
DISPONIBLE A: PrimeVideo

Les fotografies del fotògraf nord-americà James Nachtwey omplen gran part del documental, que és el resultat de dos anys de fer-li seguiment. Són imatges poderoses i expressives, en blanc

i negre, fotos de guerres i conflictes socials, però plenes d'humanitat i comprensió. Imatges respectuoses de rostres i persones que busquen la complicitat de tot aquell que les miri. Es tracta d'una reflexió dels dilemes –morals, deontològics...– als quals s'enfronten els que es dediquen al periodisme de guerra. Aquest treball va ser nominat a l'Oscar al millor documental.



Títol: *La batalla de les xarxes socials*
DIRECTOR: David Fontseca (La Kaseta)
ANY: 2023
DURADA: 53 min
DISPONIBLE A: Filmin

Les imatges i seqüències més colpidores de l'1-O sobre la brutalitat policial, que van donar la volta al món, van ser captades per telèfons mòbils. “Les xarxes socials et permeten convertir-te en un

mitjà de comunicació”, assegura un dels entrevistats. A partir dels fets de l'1-O, el documental planteja una reflexió sobre el “nou” periodisme, sobre el paper de les xarxes socials en les democràcies i la seva correspondència amb els mitjans convencionals i sobre l'inquietant augment de les *fake news*.



Títol: *Esto no es una película. Robert Fisk*
DIRECTOR: Yung Chang (Tinam)
ANY: 2019
DURADA: 1 h 46 min
DISPONIBLE A: Filmin

Robert Fisk és el reporter de guerra per antonomàsia. Va cobrir des dels anys de plom a Irlanda del Nord fins a les primeres àrabs, la massacre de Sabra i Shatila,

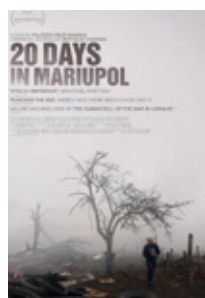
la invasió soviètica de l'Afganistan, la guerra Iran-Iraq, les intifades palestines, la guerra del Golf i les guerres balcàniques, entre altres. Aquest documental és el retrat d'un periodista de la vella guàrdia que no es va deixar intimidar per ningú.



Títol: *El disidente*
DIRECTOR: Bryan Fogel
ANY: 2020
DURADA: 1 h 52 min
DISPONIBLE A: Filmin

L'any 2018, el periodista Jamal Khashoggi va ser assassinat i esquarterat a l'ambaixada saudita d'Istanbul per agents del govern de l'Aràbia Saudita. Khashoggi, columnista de *The Washington Post*, era

molt crític amb el rei Salman i el príncep hereu, així com amb la política exterior del seu país. El documental reconstrueix l'execució del periodista –una mort que el govern saudita ha negat reiteradament– i presenta el tenebrós territori de les guerres digitals, les *fake news* i les campanyes de difamació, en què l'Aràbia Saudita és una potència. El documental va ser nominat als Premis Bafta.



TÍTOL: 20 dies a Mariúpol
DIRECTOR: Mstyslav Chernov
 (Frontline PBS)
ANY: 2023
DURADA: 1 h 35 min
DISPONIBLE A: Filmin

Mstyslav Chernov, juntament amb els equips de Frontline i Associated Press, va estar-se vint dies a l'assetjada ciutat de Mariúpol durant l'ofensiva de les forces separatistes del Donbàs, que comptaven amb el suport de l'exèrcit rus. El resultat és aquesta angoixant crònica de la quotidianitat de la guerra i la catàstrofe del setge per a la població civil. La pel·lícula va ser guardonada l'any 2023 amb l'Oscar al millor llargmetratge documental, entre altres nombrosos premis i reconeixements.



TÍTOL: *Escribiendo con fuego*
DIRECTOR: Rintu Thomas i Sushmit Ghosh (Black Ticket Films)
ANY: 2021
DURADA: 1 h 34 min
DISPONIBLE A: Filmin

Ser dona i dàlit —l'esglaió inferior del sistema de castes— és molt dur a l'Índia. Però Meera Devi i un grup de dones dàlit com ella han aconseguit que el diari *Khabar Lahariya*, de l'estat d'Uttar Pradesh, assoleixi una mitjana de deu milions d'usuaris mensuals amb els seus reportatges que parlen de màfies, corrupció i masclisme. El documental, que mostra el dia a dia d'aquestes dones periodistes, va obtenir dos premis al Festival de Cinema de Sundance i va ser nominat a l'Oscar en la categoria de documentals. "La pel·lícula sobre periodisme més inspiradora de la història", segons *The Washington Post*.

THE WASHINGTON POST VA DEFINIR *ESCRIBIENDO CON FUEGO* COM "LA PEL·LÍCULA SOBRE PERIODISME MÉS INSPIRADORA DE LA HISTÒRIA"



Una escena de *Page One*, el documental que retrata un any de vida a *The New York Times*.



Títol: *El hombre que estaba allí*
Director: Daniel Suberviola i Luis Felipe Torrente (La Claqueta PC)

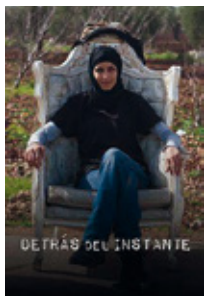
Any: 2014

Durada: 30 min

Disponible a: actualment no està disponible en estríming

El sevillà Manuel Chaves Nogales (1897-1944) va ser un dels periodistes més influents durant les dècades dels anys 20

i els 30 del segle passat. Les seves cròniques sobre la República, la Guerra Civil, la Rússia revolucionària, la Itàlia feixista i l'Alemanya nazi són indispensables per entendre la sagnant història europea. El documental recull els testimonis de la seva filla, Pilar Chaves, de la investigadora Maribel Cintas i dels escriptors Antonio Muñoz Molina, Jorge Martínez Reverte i Andrés Trapiello per reivindicar la seva figura oblidada. Va ser nominat al Goya al millor curtmetratge documental.



Títol: *Detrás del instante*

Director: Xavier Baig i Jordi Rovira

Any: 2020

Durada: sèrie documental (39 capítols de 30 min)

Disponible a: RTVE Play

Cadascun dels capítols de la sèrie retrata la biografia i la trajectòria d'un referent de la fotografia espanyola mitjançant les seves imatges més representatives i la seva

feina, narrada pel mateix fotògraf i els seus companys. Emilio Morenatti, Anna Turbau, Sandra Balsells, César Lucas, Joana Biarnés, Tino Soriano, Kim Manresa, Andoni Canela, Marisa Flórez, Estela de Castro, Manuel Outumuro o Raúl Cancio són alguns del mestres de la imatge que desfilen per aquesta sèrie.



Títol: *Oxígeno para vivir*

Director: Renato Sanjuán (El Reló)

Any: 2011

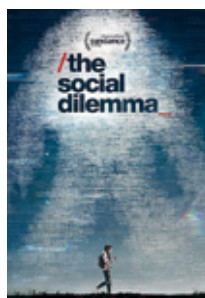
Durada: 1 h 10 min

Disponible a: RTVE Play

És un homenatge al periodista Enrique Meneses, el qual, als 80 anys d'edat, recorda els seus seixanta anys de trajectòria professional i cadascun dels conflictes bèl·lics que va cobrir. Uns records ampliats per la seva filla, Bárbara Meneses, i els seus amics i reporters Manu Leguineche, Rosa Maria Calaf, Gerardo Olivares, Gervasio Sánchez i Rosa Cano. Aquesta és la història

d'un addicte al periodisme que mai no va deixar d'escriure la seva columna diària. "No tinc sang a les venes. Hi tinc tinta... i una mica de whisky", comenta Meneses al documental.

A OXÍGENO PARA VIVIR, LA FIGURA I L'OBRA D'ENRIQUE MENESSES SERVEIX PER FER UN AL·LEGAT DEL PERIODISME MÉS COMPROMÈS



Títol: *El dilema de las redes sociales*

Director: Jeff Orlowski (Argent Pictures)

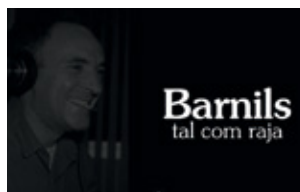
Any: 2020

Durada: 1 h 34 min

Disponible a: Netflix

A partir de les entrevistes a "desertors" i dissidents de les grans corporacions de les xarxes socials —Instagram, Facebook i x (abans Twitter)—, s'arriba a la premissa

d'aquest documental: les conseqüències perniciosos de les xarxes socials, que en són moltes, no són un error ni fruit de seqüeles imprevistes, sinó un objectiu, un propòsit. La pel·lícula tracta de la influència i el poder creixents de les xarxes socials i la seva única prioritat: obtenir beneficis econòmics mitjançant l'exploatació i la mercantilització de les dades personals dels usuaris i la mineria de dades. Tota una vulneració de la privacitat i un pas més cap al control social absolut.



Títol: *Barnils tal com raja*

Director: Albert Lloreta i Laia Soldevila

Any: 2013

Durada: 44 min

Disponible a: actualment no està disponible en estríming

Ramon Barnils (1940-2001), llibertari i independentista, càustic i irreverent, va ser un periodista lúcidament crític que va crear escola als anys 80. Amb intervencions de gent propera a ell, com ara Pepe Ribas, Joan Puigcercós, Sergi Pàmies, Quimi Portet, Vicent Partal o els seus fills, i amb extractes d'entrevistes a Ramon Barnils, es perfila la biografia del personatge i l'època que va viure posant èmfasi en la lluita antifranquista, el moviment llibertari, la Transició i el sorgiment del sentiment independentista a Catalunya.

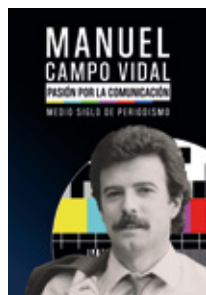


Títol: *The Thread*
Director: Greg Barker (Lightbox)
Any: 2015
Durada: 1 h
Disponible a: PrimeVideo

El 15 d'abril del 2013 un atemptat terrorista durant la marató de Boston va provocar el caos. Instantàniament, una infinitat de missatges, d'imatges, de dades i d'informació –tan exactes com im-

precisos, tan certs com falsos– van circular per les xarxes socials, mentre que, paral·lelament, la policia i els serveis d'intel·ligència investigaven el cas. El director Greg Barker va entrevistar destacats periodistes i informadors dels principals mitjans de Massachusetts per conèixer el paper de les xarxes socials després de l'atemptat i el seu impacte en l'elaboració de les cròniques.

EL PAPER DE LES XARXES SOCIALS DESPRÉS DE L'ATEMPTAT DE BOSTON ÉS L'OBJECTE DE DEBAT A *THE THREAD*



Títol: *Manuel Campo Vidal. Pasión por la comunicación*
Director: Luis Campo Vidal (Next Educación)
Any: 2022
Durada: 53 min
Disponible a: Filmin

Manuel Campo Vidal és un dels comunicadors més influents de les darreres dècades. I prolífic: es calcula que ha presentat

més de dos mil informatius i programes. Posteriorment, va dirigir la cadena Antena 3 i va arribar a ser-ne el vicepresident. Ha estat el primer moderador de debats electorals televisats a Espanya. Aquest documental relata la seva trajectòria professional amb intervencions de companys i periodistes que el coneixen força bé, com ara Mercedes Milá, Olga Viza, Lalo Azcona, Lluís Bassets o el sociòleg Manuel Castells, entre d'altres.



Títol: *Reinventant el fotoperiodisme*
Director: Roger Lleixà (Treski Producciones)
Any: 2011
Durada: 32 min
Disponible a: YouTube

És tot un cant a l'ofici de fotoperiodista, tal com ho expressen els catorze entrevistats –fotoperiodistes professionals catalans– que destil·len passió per la seva professió, però que també ens recorden el seu vessant tèrbol: la precarietat endèmica d'un ofici ingrat, però gratificant; dur, però alliberador. David Airol, Tino Soriano, Robin Townsend, Inma Sainz de Baranda, Cèlia Atset o Francesc Melcion, entre d'altres, ens parlen de mitjans de comunicació, de la fotografia ciutadana, de les qualitats de les imatges i el compromís cívic i de la màgia eterna de la fotografia. I de la precarietat de l'ofici, és clar!



Títol: *Sombras de libertad*
Director: Jean-Philippe Tremblay (Docfactory)
Any: 2012
Durada: 93 min
Disponible a: actualment no està disponible en estríming

És tot un clàssic de la complicitat dels mitjans de comunicació *mainstream* amb les grans corporacions i les raons

d'estat. Mitjançant un seguit d'episodis –la guerra del Vietnam, el treball esclau utilitzat per les grans corporacions, les armes de destrucció massiva a l'Iraq, Guantánamo...–, es mostra el protagonisme dels mitjans de comunicació en la propagació i la consolidació d'una narrativa basada en la desinformació, la mentida, la censura, l'encobriment i la corrupció. Julian Assange és un dels experts entrevistats. Ç

Més informació





El material del fons del periodista Agustí Pons es troba a l'Arxiu Nacional de Catalunya.

ARXIUS CONTRA L'OBLIT

Es compleixen deu anys de l'acord entre
el Col·legi de Periodistes i el Departament de Cultura
per a la preservació de llegats singulars

TEXT CARMÉ ESCALES
FOTOS JOSÉ LUIS GÓMEZ GALARZO



Actualment, l'Arxiu Nacional de Catalunya garanteix la preservació d'una seixantena de fons personals de periodistes o reporters gràfics, tres dels quals hi han arribat a través del conveni signat l'any 2014 amb el Col·legi de Periodistes, que tenia com a objectiu poder preservar llegats que són bocins importants de la història del periodisme a casa nostra. Perquè l'ofici, més enllà del dia a dia en l'àmbit informatiu, també s'entén consultant els arxius dels professionals que el porten a terme.

El 10 de juny del 2014, Ferran Mascarell, conseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya, i Neus Bonet i Bagant, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, van signar el conveni de col·laboració entre el Departament de Cultura i el Col·legi de Periodistes de Catalunya per a la recuperació, la descripció i la difusió dels fons documentals dels periodistes catalans.

Així segellaven per escrit la col·laboració de les dues institucions per aplegar els documents, fons i col·leccions documentals conservats per persones i entitats que han tingut un paper rellevant en la història del periodisme a Catalunya. “És a dir, documents textuais (manuscrits i mecanoscrits), materials impresos, imatges, cartells, enregistraments sonors i audiovisuals i qualsevol altre objecte de tractament arxivístic”, detalla Josep Ribas Solà, cap de l'Àrea de Fons Històrics de l'Arxiu Nacional de Catalunya (ANC).

La sensibilitat i la voluntat del Col·legi de Periodistes d'afavorir la valoració i la salvaguarda dels llegats periodístics van aflorar arran de la mort del periodista i corresponal de *La Vanguardia* Xavier Battalla, l'any 2012. L'aleshores tresorer de la junta del Col·legi, Xavier Mas de Xaxàs, recorda que es va percebre una mancança en el guiatge de recopilació, d'anàlisi i de preservació de la documentació que tota una carrera periodística pot arribar a deixar. “El Xavier ho retallava tot, i la seva dona es va trobar un arxiu molt important”, explica.

Un fons com aquell —que finalment no es va acabar materialitzant— els va fer adonar, però, que tot aquest tipus de bagatge hau-

ria d'anar a un arxiu municipal o nacional. “Però vèiem que eren tràmits burocràtics molt complicats, i la nostra idea era oferir el servei de fer de mitjancers en la possibilitat de donar-lo a una institució com l'Arxiu Nacional de Catalunya, com a fons personal, amb valor social”, recorda Mas de Xaxàs.

Per això, un cop signat el conveni, el Col·legi va posar en marxa el projecte batejat com a Llegats dels periodistes – Memòria de l'ofici, per donar a conèixer la possibi-

litar a una xarxa de persones prescriptores del projecte, de les quatre demarcacions, que s'hi van implicar força”, rememora Teixeiro. “Es va triar l'Arxiu Nacional de Catalunya perquè és el pal de paller dels arxius comarcals i altres”, afegeix. “La idea era treballar amb la família per veure què volien. Per tota la burocràcia del procés i pel vincle emocional amb tot

allò, moltes famílies no se'n volen desfer, i hem de ser molt respectuosos. Nosaltres posem el segell d'autenticitat que certifica que aquell

"PER TOTA LA BUROCRÀCIA DEL PROCÉS I PEL VINCLE EMOCIONAL, MOLTES FAMÍLIES NO SE'N VOLEN DESFER" Xavier Mas de Xaxàs

litat de la donació de llegats, totalment o parcialment. Carme Teixeiro, que llavors era la documentalista del Col·legi, i Núria Comellas, que actualment exerceix aquesta funció, han anat a visitar les cases o els espais on els potencials donants guarden allò que es voldria preservar.

Expliquen que s'han rebut moltes propostes, però també que és un procés molt lent que pot allargar-se més d'un any. “Al principi, des del Col·legi, vam formar els documents bàsics de treball i els vam faci-

arxiu val la pena que estigui a l'abast de tothom. Però això ha de fer-se, sempre, quan els familiars estiguin preparats per fer-ho”, reconeix Mas de Xaxàs.

El primer fons que es va cedir a l'Arxiu Nacional de Catalunya amb l'acompanyament del Col·legi va ser el del periodista Carlos Nadal, redactor en cap de la secció internacional de *La Vanguardia*. Entre tot el seu llegat, la seva dona, Maria Dolors Massana, guardava poemes en català que no havien estat publicats, ni tan sols se

sabia que existien. “Vam estar molt contents perquè tenia una obra molt àmplia, una petita part de la qual es va publicar”, explica la seva vídua.

Després de la revisió, la selecció i la còpia de tot el material i el seu traspàs a l'Arxiu Nacional, la sensació que ha quedat a Massana és que “és una feinada, però val la pena”. “Em sabia greu que es perdés

ACTUALMENT, A L'ARXIU NACIONAL DE CATALUNYA HI HA 642 FONS PERSONALS. CINQUANTA-VUIT SÓN DE PERIODISTES O REPORTERS GRÀFICS

—afegeix—, i deixar-ho en un calaix tampoc ho volia. Ell era periodista, assagista i poeta, tenia una obra ingent. Ningú sabia que escrivia poesia, curts i relats. Ara sé que, si algun descendent ho vol consultar, allà ho té. I penso que és el millor lloc on es pot deixar”.

Fins a l'any 2014, l'ANC havia rebut cinquanta ingressos de fons de periodistes. Des d'aleshores n'ha obtingut vuit més, el traspàs de dos dels quals —Carlos Nadal i Joaquim Perramon— ha estat canalitzat sota el conveni amb el Col·legi, i cinc, directament amb la persona interessada.

EL FONS DE SANTI VILANOVA

A més, estan pendents de la donació de part de l'arxiu de Santiago Vilanova i Tané (Olot, 1947), precursor del periodisme, la literatura, la consultoria ambiental i l'acció política de caràcter ecologista, que ja n'ha signat el traspàs. “Són més de cinc-cents arxivadors de material gràfic, audiovisual i documentació dels meus articles d'investigació”, apunta Vilanova.

Aquest fons, ubicat a Barcelona i a Sant Feliu de Guíxols, integra els articles publicats al *Diario de Barcelona*, *El Correo Catalán*, *l'Avui*, *El Punt* i a publicacions catalanes i internacionals, entre les quals destaquen les investigacions sobre les explosions de gas, els accidents nuclears

(Three Mile Island, Txernòbil, Fukushima i Vandellòs I), documentació sobre l'auto-gestió del *Diario de Barcelona* —del qual va ser-ne director (1983-1984)—; programes i acció política d'Els Verds—Alternativa Verda, primer partit ecologista fundat el 1983 fins a l'última candidatura a l'Ajuntament de Barcelona (2023); documentació i col·lecció d'*Userda*, revista editada pel Col·lectiu de Periodistes Ecologistes (1977-2005); projectes desenvolupats per la seva consultora Gea-Consultors Ambientals; enregistraments de més de seixanta simposis

internacionals i jornades organitzades per l'associació Una Sola Terra, fundada el 1996, en què participaren referents de l'ecologisme al món.

“Els documentals que vaig filmar en 16 mm els he entregat per la seva conservació a la Filmoteca de Catalunya”, afegeix Vilanova. Són filmacions de manifestacions antinuclears i ecologistes a Catalunya, País Basc i França, i altres mobilitzacions, com la que demanava la llibertat d'expressió, amb motiu de l'empresonament de Josep Maria Huertas Clavería, el 1976; el documental *Portugal Año Uno* sobre la Revo-

lució dels clavells i les Primeres Jornades Catalanes de la Dona, de 1976.

“El meu objectiu en els anys vinents és acabar de preparar tota aquesta documentació que és part de la història del periodisme i de l'ecologia política del país i, sobretot, es tracta de donar transversalitat en totes les activitats professionals, polítiques i creatives que he portat a terme”, explica. Vilanova encara té pendent ubicar la seva biblioteca especialitzada. “Per a mi, és una satisfacció que es valori el meu llegat, que alhora és un reconeixement al paper que ha jugat i jugarà el moviment en defensa del territori”, conclou.

ARXIS DE TOT TIPUS

En aquests deu anys del conveni entre Cultura i el Col·legi, mitjançant acords amb diferents administracions i entitats —Arxiu Nacional de Catalunya, Biblioteca Nacional de Catalunya i Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona—, els testimonis i arxius de professionals com Carlos Nadal, Joaquim Perramon, Josep Maria Huertas Clavería —amb la Biblioteca Nacional— i Agustí Pons i Mir, o les donacions parcials d'Àngel Camacho i Alfons López i Tufet, seran consultables per tothom.



Interior de l'Arxiu Nacional de Catalunya, que conserva més de sis-cents fons personals.

Decidim.

En què invertir els
Pressupostos Participatius
a la nostra ciutat.



decidim.barcelona

**ENTRA I
PARTICIPA!**

**Pressupostos
Participatius 2024-27**



**Ajuntament de
Barcelona**



Façana de l'Arxiu Nacional de Catalunya, que té la seu a Sant Cugat.

Actualment, a l'ANC hi ha ingressats 642 fons personals, dels quals cinquanta-vuit són de periodistes o reporters gràfics. Això ve a ser al voltant d'un 9% del total.

L'interès particular dels llegats periodístics rau, segons Ribas, en el fet que “es tracta de persones que analitzen la realitat del seu moment amb bagatge intel·lectual i criteri i en deixen testimoni a través no només de la seva tasca periodística habitual als mitjans propis del seu temps, sinó també, com a aficionats a l'escriptura que són habitualment, mitjançant escrits memorialistes, diaris i correspondència. Les seves especialitzacions són diverses i les seves mirades, variades. Sovint, explicant la realitat amb ulls crítics, ajuden la societat a qüestionar la realitat que tenen al davant”. L'Arxiu Nacional conserva fons d'imatges, captats per fotoperiodistes, “que són testimoni dels moments socials, polítics, culturals i esportius clau de la història del nostre país al llarg del segle XX”, afegeix.

L'Arxiu Nacional treballa en la descripció dels fons per tal d'assegurar-ne la possibilitat d'accés de les persones interessades.

Actualment, dels 642 fons personals que conserva (un 44% dels 1.462 fons totals), n'hi ha 438 (un 68%) que disposen d'alguna informació accessible. S'hi pot accedir a través del portal Arxius en Línia, on es

AL PORTAL ARXIUS EN LÍNIA ES PODEN CONSULTAR ELS FONS, ELS DOCUMENTS I ELS OBJECTES DIGITALS D'ARXIUS D'ARREU DE CATALUNYA

poden consultar els fons, els documents i els objectes digitals que conserven els arxius d'arreu de Catalunya.

Els interessats hi poden consultar la descripció general del fons i del seu contingut en unitats de catalogació o documents i, en alguns casos, quan se n'ha fet la digitalització, visualitzar-los com a objecte digital. En el cas que no hi hagi limitacions vinculades a la protecció de drets, també es poden consultar físicament a la seu de l'Arxiu a Sant Cugat del Vallès.

Alguns fons de periodistes que ja custodia l'ANC són els d'Abelard Tona, Antoni

Rovira i Virgili, Domènec Guansé, Modest Sabaté, Montserrat Roig, Eugeni Xammar, Juan Antonio Sáinz Guerrero, Joaquín Soler Serrano, Josep Manyé (Jorge Marín), Maria Dolors Calvet, Josep Morató, Salvador Escamilla o Joaquim Ventalló.

Des de l'Arxiu destaquen que sempre han mantingut una forta vinculació històrica

amb els col·legis professionals d'advocats i de farmacèutics d'àmbit català, dels quals conserven els arxius històrics. Ara bé, aquests no tenen un conveni com el del Col·legi de Periodistes amb cap altre col·legi o associació professional. Ç

Més informació





L'equilibri perfecte

Gaudir i protegir

A la natura, els actes
incívics no hi caben.

Descobreix l'equilibri entre gaudir i protegir a
espaisnaturals.cat



Generalitat
de Catalunya

TRIADA
TRIADA
TRIADA

METÀFORA
METÀFORA
METÀFORA

HIPER
BOLE

RECURSOS ÚTILS

Les figures retòriques poden ser de gran ajut
en la comunicació corporativa

TEXT **ELISABET CARVAJAL**
IL·LUSTRACIÓ **CRISTINA CARRERO**

Des d'un punt de vista formal, les figures retòriques, heretades de la Grècia d'Aristòtil i els sofistes, són recursos estilístics que donen més expressivitat, èmfasi o claredat al llenguatge, sigui oral o bé escrit. Són recursos persuasius que busquen la resposta de l'audiència o el lector.

Podria semblar que l'ús d'aquestes eines topen amb la pretesa objectivitat que persegueix la retòrica informativa utilitzada en fórmules habituals de la comunicació corporativa i en el periodisme de fonts en la seva relació amb els mitjans de comunicació (notes de premsa o dossiers informatius, i també discursos). Tanmateix, hi ha una infinitat d'estudis, des de la lingüística fins a la filosofia del llenguatge, que vinculen l'ús de la retòrica amb la

A MÉS DE LA FUNCIO ESTILÍSTICA, LES FIGURES
RETÒRIQUES TENEN UNA ARREL NEUROCOGNITIVA
QUE CONNECTA AMB LES AUDIÈNCIES

comunicació corporativa i els gèneres periodístics, en el procés de comunicar, informar i persuadir de manera convincent, creïble i versemblant.

Periodistes de mitjans, periodistes de fonts i comunicadors corporatius empenen de manera recurrent recursos expressius propis de les figures retòriques, entre les quals destaquen la metàfora, conjun-

tament amb els símls i les comparacions, les triades, les el·lipsis i les hipèrboles, en el cas del llenguatge periodístic. Recursos que sovint, a més de

la seva funció estilística o clarificadora, tenen una arrel neurocognitiva que fa possible una connexió plena amb les audiències.

“La vida és somni”, Calderón de la Barca, 1635. Quasi 400 anys després de la famosa metàfora que dona nom a l'obra de teatre barroca, i amb el mateix recurs literari, es podria dir que “la comunicació és metàfora”. I ho és amb amplitud i diversitat. Des de la comunicació relacional i interpersonal, passant per la pública i corporativa, fins a la periodística i social. És la figura retòrica més utilitzada en la comunicació humana, parlada i escrita, sense excepció. Està present tant en el periodisme com en moltes de les eines de la comunicació corporativa i del periodisme de fonts.

El doctor en Comunicació i professor d'oratòria Miquel Àngel Violan presenta en la seva tesi doctoral *Anàlisi de les estructures retòriques de les TED Talks i el concepte de la intel·ligència discursiva*, dirigida per Alfonso Méndiz, rector de la UIC, un annex de 400 figures retòriques que utilitzen els oradors. “Vaig intentar classificar en una sola llista la diversitat de taxonomies que hi ha de figures retòriques. De tota la classificació, unes 340 tindrien aplicació en l'oratòria i la retòrica actuals. I d'aquesta llarga llista destacaria, en primer lloc, la metàfora, la comparació i l'el·lipsi. Tot seguit hi hauria els jocs de paraules, les triades i la hipèrbole o l'exageració”.



ABOCATS A LA METÀFORA

“La metàfora, conjuntament amb els símls i les comparacions, constitueix la figura retòrica més popular i eficaç, tant en el llenguatge escrit com en l’oratòria. En un discurs, mostrar un objecte per crear una metàfora visual resulta extraordinàriament eficaç. Les metàfores i les comparacions poden arribar a ser eines molt poderoses”, explica Violan.

I és que el substrat del concepte metafòric va més enllà de la figura retòrica. Es tracta d’una estructura o mecanisme del pensament humà, fet que implica que estiguem abocats a utilitzar-lo. Així ho demostraven, l’any 1986, el lingüista George Lakoff i el filòsof Mark Johnson en la seva obra, extraordinàriament reveladora, *Metàfores de la vida quotidiana*. Una recerca que va posar en relleu que la metàfora no és

només un recurs de la imaginació poètica –“La vida és somni”–, sinó que forma part del procés del pensament humà, amb un sistema conceptual “fonamentalment de natura metafòrica”.

Lingüista i filòsof exemplificaven de manera senzilla la seva teoria en la metàfora conceptual en el llenguatge quotidià a

"LES METÀFORES I LES COMPARACIONS PODEN SER MOLT PODEROSES"

Miquel Àngel Violan

partir de la construcció “la discussió és una guerra”. Des d’aquest concepte metafòric, es genera una varietat d’expressions de l’entorn bèl·lic, com guanyar o perdre una discussió. Un exemple clarificador és, també en aquest marc bèl·lic, com s’usa la metàfora de la batalla contra el càncer que lliuren els malalts que el pateixen i com se’n deriva també tot l’univers lèxic a l’entorn d’aquest concepte metafòric.

Però encara n’hi ha més. Per a aquests investigadors “els nostres valors han de formar part d’un sistema coherent amb els conceptes metafòrics en els quals vivim”. I aquí comunicadors de tota mena, de

mitjans, de fonts i corporatius, no es poden escapar dels conceptes metafòrics ni per l’estructura de pensament que determina tots els humans, ni per la coherència cultural, imprescindible per connectar de manera autèntica amb les audiències.

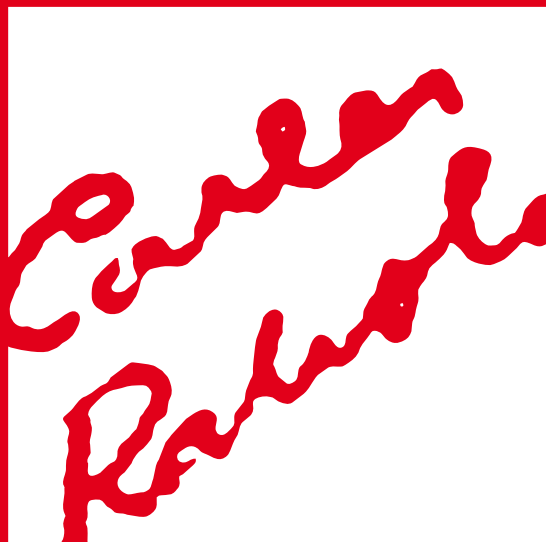
SANG, SUOR I LLÀGRIMES

La tríada és una de les figures retòriques més eficaçes per als comunicadors tant en l’àmbit escrit com oral. Es tracta d’utilitzar jocs de paraules amb tres conceptes o noms que tinguin relació entre ells. És una fórmula que aporta ordre a la informació, afavoreix l’enteniment del missatge i el seu record.

“Sang, suor i llàgrimes” és una de les tríades més conegudes i populars, atribuïda a Winston Churchill en el seu primer discurs com a primer ministre britànic, el 13 de maig del 1940. Curiosament, Churchill –que, recordem, tretze anys més tard aconseguiria el Premi Nobel de Literatura– no va fer una tríada sinó una figura retòrica d’amplificació, l’anomenada *gradació* o *clímax*, integrada en aquest cas per quatre elements: “No tinc res a oferir sinó sang, esforç, llàgrimes i suor”, va dir en aquella al·locució històrica. Diverses fonts, però, atribueixen la famosa tríada a Lord Byron i

altres al president nord-americà Theodore Roosevelt. Sigui com sigui, la lliçó que se n’extreu és que tres millor que quatre.

El bon ús de la tríada és garantia d’èxit i efectivitat en la comunicació de missatges informatius i persuasius. Sobre aquesta figura, Violan destaca “la importància dels tres elements des del punt de vista neurocognitiu i la capacitat d’atenció”. Per a aquest expert, la bona tria dels elements per construir aquesta figura retòrica permet introduir un aspecte cada vegada més rellevant en el fet comunicatiu en un sentit ampli. “La capacitat de síntesi, i ser capaçs de dir



Beca dels Premis Carles Rahola 2025

Convocatòria

Beca al millor projecte inèdit de recerca en l'àmbit de la història del periodisme a les comarques gironines o d'assaig sobre la comunicació local i comarcal, tant de mitjans escrits com audiovisuals i digitals, de les comarques gironines.

**Presentació de propostes fins al
13 de gener de 2025**

Més informació i bases:
www.premiscarlesrahola.cat/beca

Hi col·laboren



molt en poc. És un dels camps menys investigats des del punt de vista teòric de la comunicació i cal prestar-hi atenció. I més encara des que estem immersos en la cultura de la piulada”, recalca.

La tríada ajuda el periodista corporatiu a presentar arguments, resumir punts clau i descriure un esdeveniment. En discursos, a més, aquesta fórmula aporta profunditat a l'empremta de la memòria, l'èmfasi, el ritme, la fluïdesa i l'organització. L'ús de tres elements genera sentit d'equilibri i de cosa completa.

EXAGERAR NO SEMPRE VAL

Una altra de les figures retòriques més emprades és la hipèrbole o exageració, segons l'anàlisi del doctor Violan. “Aquest recurs retòric és molt habitual en el llenguatge periodístic, sobretot en els titulars. No oblidem que l'ús de les figures

retòriques té com a gran repte atraure l'atenció del públic, ja sigui a l'aula, en un auditori, per la ràdio o en un diari. Fins i tot els mitjans amb més prestigi, com *The Economist* o la revista *Time*, utilitzen la hipèrbole i sovint l'acompanyen del joc de paraules”, afirma.

Amb tot, si bé aquest recurs estilístic és una llicència acceptada en l'exercici del periodisme, quan parlem de la comu-

LA TRÍADA AJUDA EL PERIODISTA CORPORATIU A PRESENTAR ARGUMENTS, RESUMIR PUNTS CLAU I DESCRIBRE UN ESDEVENIMENT

nicació corporativa i del periodisme de fonts en la seva relació amb els mitjans de comunicació, és molt qüestionat. L'exageració o la hipèrbole sovint és considerada en aquest àmbit com una pràctica poc ri-

gorosa que penalitza en credibilitat davant dels públics objectius.

TRES MIL ANYS DE LEAD

Tobias Peucer, autor de la primera tesi doctoral sobre periodisme, l'any 1960, de la qual es té constància, va posar en evidència que el *lead* era, de fet, un recurs ja emprat per Homer i els autors clàssics latins i que va caure en desús a l'edat

mitjana. En la seva tesi doctoral, *De Relationibus Novellis* (Sobre les relacions de la novel·la), exposa que “l'exigent compliment de la

recepta de les circumstàncies de subjecte, objecte, causa, manera, lloc i temps (les 6w), no podien faltar en cap relat”.

D'acord amb les recerques de Peucer, el *lead* o entradeta, fórmula també utilitzada en les notes de premsa i els comunicats, està avalada per més de 3.000 anys d'història. Una trajectòria que permet suggerir als periodistes corporatius i de fonts que es mantinguin fidels a l'ús de les 6w en els seus documents escrits pensats per als periodistes de mitjans.

Si per a Calderón “la vida és somni” i per a Wittgenstein “els límits del llenguatge són els límits del món”, la feina dels comunicadors és fer grans els somnis d'audiències i públics. Ç



INTEL·LIGÈNCIA DISCURSIVA

“L'oratória moderna és molt polifacètica. Per fer un bon discurs cal integrar tècniques diferents i conjuminar les vuit intel·ligències classificades pel catedràtic de la Universitat de Harvard Howard Gardner. El resultat és la intel·ligència discursiva”, explica Miquel Àngel Violan, doctor en Comunicació i expert en oratòria.

“Gardner –explica Violan– va dir una cosa revolucionària ara fa trenta anys, i és que no hi ha una sola intel·ligència humana, sinó que són diverses, i va parlar per primera vegada de les intel·ligències múltiples. A partir de l'anàlisi de 135 recursos diferents dels TED Talks més viralitzats, un model d'oratória que podem considerar universal, vaig concloure que la intel·ligència discursiva necessitava conjuminar els vuit tipus d'intel·ligència. Cal tenir capacitat lingüística, però també ritme –intel·ligència corporal–, saber mesurar el temps –intel·ligència logicomatemàtica, intel·ligència emocional per connectar amb el públic i la seva intel·ligència prevalent. Cal tenir també sentit del ritme i de l'espai, etc. Vaig tenir l'oportunitat de compartir aquesta conclusió amb el mateix Howard Gardner”.

Dit això, podem concloure que existeix l'orador total? Per a Violan, Barack Obama podria situar-s'hi molt a prop.



la xarxa+

Descobreix La Xarxa+,
la plataforma gratuïta
de contingut audiovisual
de proximitat de Catalunya



Descarrega't
l'app al teu mòbil i
a la teva televisió

laxarxames.cat





TRIBUNA DE LA CULTURA CATALANA

Revista de Catalunya compleix 100 anys de vida

TEXT JOSEP MARIA FIGUERES



L'emblemàtica *Revista de Catalunya* compleix un segle de vida. Símbol de la cultura catalana per la seva excel·lència i rigor, així com pel nivell dels seus directors inicials, que van fer una revista homologable a qualsevol tribuna europea, es va veure afectada, però, pels anys convulsos que li van tocar viure. Malgrat tot, entre el 1924 i el 1967 va publicar més de 2.000 articles amb aportacions d'alt nivell. Amb la represa posterior a la guerra i l'exili, va patir crisis per la debilitat del mercat, però seguiria l'aventura editorial en plena democràcia. Als darrers temps ha iniciat una nova etapa que dona la continuïtat definitiva a aquesta capçalera de prestigi.



La revista neix el 17 de juliol del 1924, segons llegim en un anunci a *La Publicitat* d'aquell dia. La nova publicació té lloc en plena dictadura de Primo de Rivera i l'impulsor n'és el periodista, historiador i polític Antoni Rovira i Virgili, que crea aquesta revista d'assaig i pensament. Amb un nom volgutament ambiciós, la nova capçalera, que tracta temes d'història, literatura, lingüística, etc., aplega els millors intel·lectuals del moment. Ràpidament va assolir el repte de ser la portaveu i la crònica d'una cultura i des d'un principi obté un gran ressò i força subscriptors.

Cal destacar la gran tasca fundacional de Rovira i Virgili, que crea una publicació d'un centenar de pàgines. La redacció es troba al passeig de Gràcia, a la mateixa seu del diari *La Publicitat*, una altra

capçalera que gaudia d'un gran prestigi. La impremta era la de López Llausàs, el conegut editor dels setmanaris polítics humorístics *L'Esquella de la Torratxa* i *La Campana de Gràcia*.

Rovira i Virgili, amb una àmplia experiència periodística, ja editava *Anuari de Catalunya* i tenia una agenda que abraçava pràcticament tota la intel·lectualitat

EL 17 DE JULIOL DEL 1924 APAREIX EL PRIMER NÚMERO D'AQUESTA REVISTA GRÀCIES A L'IMPULS D'ANTONI ROVIRA I VIRGILI

catalana. A més, era d'idees avançades i catalanista, i tenia una capacitat organitzativa rellevant. Així, convida escriptors com

Josep Pla, Carles Rahola, Carles Capdevila, Carles Riba, Josep Carner o Joan Puig i Ferrer a escriure-hi. També compta amb seccions de teatre amb Prudenci Bertrana, de lletres amb Tomàs Garcés i d'art amb Feliu Elias. I hi col·laboren pomes especialitzades com Joaquim Xirau, Antoni Rubió i Lluch, Josep Maria de Casacuberta, Lluís Nicolau d'Olwer, Pere Bosch Gimpera i Agustí Duran i Sanpere.

I el mateix Rovira i Virgili hi tindrà un destacat paper amb comentaris regulars sobre política internacional.

La fórmula de combinar aportacions assagístiques de nivell amb informació especialitzada la converteix no només en

una tribuna solvent sinó necessària per al públic culte que segueix l'actualitat d'una cultura amb grans noms, el que Joan Triadú va batejar encertadament com "el segle d'or de les lletres catalanes".

ANYS CONVULSOS

L'etapa brillant inicial finalitza el 1929 amb una nova direcció a cura de l'historiador Ferran Soldevila. Aquest, en una editorial, comenta el mèrit fundacional del també historiador Rovira i Virgili en assolir l'alt nivell de la capçalera, però apunta que, concentrat com està en la monumental *Història Nacional de Catalunya* i en la seva particular activitat política, es veu obligat a afloixar el ritme. Hi ha,

tanmateix, alguna qüestió més de fons: Rovira i Virgili, escriptor incansable, no dona en la nova etapa cap text a la revista.

No obstant això, el contingut de *Revista de Catalunya* continua igual, però amb un to més d'actualitat, de vivor periodística,

ALS ANYS TRENTA ESTÀ QUATRE ANYS SENSE SORTIR I QUAN HO FA ÉS SOTA EL PATROCINI DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA

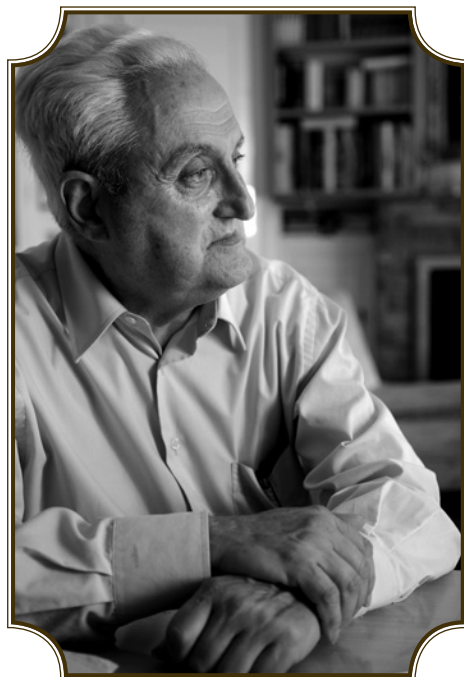
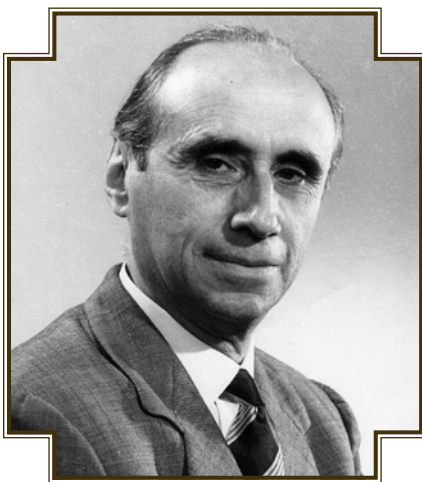
seguint el batec de l'actualitat, força convulsa. N'és una prova el número que surt el maig del 1931, que està dedicat íntegrament a explicar, amb un feix de

documents en facsímil, la proclamació de la República.

Malgrat tot, el 1932, per raons econòmiques, la revista es veu obligada a suspendre la seva activitat. Torna a sortir al carrer dos anys més tard, sota el patrocini de

la Generalitat de Catalunya i gràcies al conseller Ventura Gassol. En aquest període, Josep Obiols crea una capçalera atractiva

i les col·laboracions són d'un ampli espectre, d'Andreu Nin a Francesc Cambó, de Gabriel Alomar a Higiní Anglès, de Domènec Guansé a Guillem Forteza. El



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, Antoni Rovira i Virgili, Ferran Soldevila, Josep Vicenç Foix i Albert Manent. Tots ells han estat responsables, en diferents èpoques, de *Revista de Catalunya*.

poeta J. v. Foix, col·laborador de *La Publicitat*, és el nou responsable de la revista, i torna Rovira i Virgili, juntament amb un estol de col·laboradors que representa el més florit de la intel·lectualitat catalana del moment.

Tanmateix, els Fets d'Octubre del 1934 fan que la revista deixi d'aparèixer i caldrà esperar quatre anys, fins al 1938, perquè surti patrocinada, un cop més, per la Generalitat, concretament pel conseller de Cultura, Carles Pi i Sunyer. Sota la direcció d'Armand Obiols, es converteix, de nou, en la revista de referència cultural de Catalunya. Augmenta la paginació i la revista s'alineja amb l'esforç bèl·lic, donant suport a la resistència contra els militars rebels. Textos com *Fe en Catalunya* de Ferran Soldevila o *Per què ens batem els catalans* de Pous i Pagès, que després aplegarà en llibre, en són la prova.

EXILI TORTUÓS

La revista, com els intel·lectuals, periodistes, polítics i militars, també va anar camí de l'exili. I reapareix el mateix 1939, però a París. Està avalada per la Fundació

Lluís Vives, l'edició es veu frustrada per la invasió alemanya i l'ocupació de la capital francesa. Els nazis s'emporten papers, documents, llibres, pintures i mobles de la Fundació Ramon Llull, i fins i tot envien els propietaris de la impremta parisenc —uns catalans de cognom Solsona— a un camp d'extermini.

LA REVISTA VIU L'EXILI, PRIMER A PARÍS I DESPRÉS, A MÈXIC I AL BRASIL. SÓN ANYS D'INTERMITÈNCIES I PROBLEMES ECONÒMICS

Ramon Llull, que dirigia l'antic conseller Antoni Maria Sbert. El 1940, tanmateix, amb el número ja maquetat i dedicat a l'humanista i filòsof renaixentista Joan

Mèxic. Disputes polítiques enterboleixen les relacions i el 1947, amb l'alliberament de París, torna a editar-se a la capital francesa amb Armand Obiols al capdavant



Revista de Catalunya no torna a sortir fins tres anys més tard, quan Antoni Maria Sbert edita un número triple, aquest cop a

i amb un número, el 102, que assolirà una qualitat extrema. Cal destacar un text de Josep Carner, que exposa cruament el panorama que viu la cultura en l'exili.

Tot i les dificultats viscudes, l'exigència és extrema i això encara té més mèrit. Després del número 104, tornen les dificultats i sense mecenatges es pateix molt. El 1956 surt el número 105 al Brasil, en un nou peregrinar per terres estranyes, gràcies

a Max Cahner i Albert Manent, que s'encarreguen de l'edició. I el 1967 surt el número 106, gràcies a la feina de Vicenç Riera Llorca, Joaquim Molas i Albert Manent i al finançament de Dalmau Costa, antic cap de cerimonial de la Generalitat.

REPRESA EN DEMOCRÀCIA

Passen divuit anys fins que Max Cahner, editor, polític, historiador i fins feia poc conseller de Cultura de la Generalitat, encarrega un estudi sobre la represa de la capçalera, la més antiga del país. I la Generalitat en confirma, un cop més, el patrocini.

El 1986 *Revista de Catalunya* inicia una nova etapa. Cahner i Manent són els responsables de mantenir, doncs, la

EL 1986, MAX CAHNER RECUPERA LA PUBLICACIÓ I DES DE LLAVORS, AMB DIFERENTS DIRECTORS, HA SEGUIT PUBLICANT-SE

continuitat de la publicació i el Patronat *Revista de Catalunya* en promou els suports necessaris.

El 1986 s'enceta aquesta etapa sota la direcció reeixida de Max Cahner, amb

experiència editorial de Curial, que editava revistes culturals notables. Cal constatar el dinamisme d'aquesta primera època en democràcia. El bon nivell dels números monogràfics constitueixen una mostra del que pot arribar a ser la revista.

Són nous temps, ja no hi ha persecució del feixisme, però el país està afeblit a nivell identitari i la cultura catalana viu debilitada. La revista és de periodicitat mensual i la temàtica és àmplia i de gran nivell. Tanmateix, les crisis financeres



El 3 d'abril del 2024, la sala d'actes del Palau Robert de Barcelona va acollir el tret de sortida de l'Any *Revista de Catalunya*. Foto: Generalitat de Catalunya



UN SEGLE D'ASSAIG I PENSAMENT

Quan l'any 1986 l'exconseller Max Cahner i l'activista cultural Albert Manent van recuperar *Revista de Catalunya*, eren plenament conscients de la necessitat de mantenir el fil d'una capçalera històrica –la revista d'Antoni Rovira i Virgili– a fi d'oferir-la a les noves generacions d'estudiosos, acadèmics i articulistes com a espai de reflexió pausada i altaveu d'assaig i pensament en un moment de reconstrucció nacional, com un aparador que motivés i mostrés les aportacions catalanes als grans debats europeus i internacionals.

És amb aquest mateix propòsit interdisciplinari que enguany, en el marc de l'Any Revista de Catalunya –amb comissariat de Lluïsa Julià, Pilar García-

QUAN FA 100 ANYS DEL PRIMER NÚMERO DE REVISTA DE CATALUNYA, REIVINDIQUEM DE NOU L'ACTUALITAT D'UN PROJECTE NECESSARI

Sedas i qui escriu aquesta peça–, estem desplegant una intensa activitat intergeneracional i amb una mirada transversal del conjunt del país: la digitalització i la indexació de tots els números de la revista, la publicació d'una selecció dels arti-

cles més significatius, l'edició d'una panoràmica històrica, la preparació d'una sòlida exposició retrospectiva i la vocació d'arribar a través de les noves tecnologies als nous lectors interessats per l'art, la literatura o les ciències socials, entre moltes altres iniciatives.

Es tracta d'uns projectes cabdals, que compten amb el suport d'entitats i institucions del país i també d'àmbit internacional –de l'IEC a la Biblioteca de Catalunya, de la URV a la Setmana del Llibre en Català, càtedres universitàries, l'APPEC, l'Anglo-Catalan Society, etc.–, i que s'inscriuen dins del programa commemoratiu del Departament d'Acció Exterior i Unió Europea de la Generalitat de Catalunya.

Així, aquest 2024, quan fa 100 anys del primer número de *Revista de Catalunya*, l'equip de comissariat del centenari, amb el Patronat de la Fundació que presideix Josep Maria Roig i Rosich, el Consell Assessor i el Consell de Redacció, reivindiquem de nou l'actualitat d'un projecte necessari i en fem valer la projecció exterior, amb presentacions i actes temàtics, de Tarragona a Glasgow, de Lleida a Siena, passant per Barcelona, el Vendrell i el Port de la Selva.

Francesc Marco-Palau

Cocomissari de l'Any Revista de Catalunya

tornen, ja que costa crear una base sòlida de subscriptors.

Finalment, el 2012 comença una nova etapa amb Josep M. Roig i Rosich al capdavant i la capçalera passa de mensual a trimestral, amb l'afegit de dos números extraordinaris a l'any, que tracten temes monogràfics. I el 2017 es crea el segell “Edicions de la Revista de Catalunya”, una col·lecció de caràcter anual que enguany ja compta amb deu monogràfics.

En aquests últims anys els directors s'han anat succeint: Quim Torra (2015), Agustí Pons (2018) i Lluïsa Julià (2022) mantenen viva la revista malgrat la crisi de les llibreries, la davallada de la premsa cultural i el feble suport institucional. I amb una dificultat estructural notable, atès que les universitats editen les seves revistes –sovint en anglès i en castellà– i la cultura catalana es dilueix en un entorn comunicatiu i de recerca complex amb els recursos estatals a favor del castellà.

Tot i això, la voluntat de la Fundació Revista de Catalunya és mantenir i consolidar l'aventura d'una publicació que acumula un segle d'història i que, com va explicar Jaume Sobrequès a la jornada dedicada a la revista a la UAB, és “una publicació d'alta cultura, pluralista i pluridisciplinària, rigorosa i ben feta, d'esperit obert i universalista, amatent sempre a la realitat i a les necessitats col·lectives del país”. Ç

Més informació



A close-up photograph of a person's hand holding a silver remote control. The person is wearing a white tank top. The background is blurred, showing more of the person's torso and arms. The lighting is soft and natural.

LA TELEVISIÓ **JA NO ÉS EL QUE ERA**

Les tendències de futur mostren un mitjà immers
en un profund procés de canvi

TEXT JOSEP MARIA PICOLA MEIX

La transformació al voltant de la petita pantalla –per cert, cada cop menys petita, si ens atenem al volum dels aparells actuals– afecta els creadors de continguts, els propietaris dels canals, el mercat publicitari i els hàbits dels consumidors, que ara poden seleccionar entre la inacabable oferta de les plataformes sota demanda. Aquests són alguns dels temes que tracta l'obra *¿Nueva televisión? Nueva comunicación. El impacto de los cambios del consumo audiovisual en las formas de comunicar*, de Josep Maria Picola Meix (Editorial UOC, 2024). En aquestes pàgines reproduïm alguns extractes d'aquest llibre, en què l'autor analitza les tendències de futur de la televisió.

En les últimes temporades han pres molta rellevància les dades del visionament en diferit, és a dir, els espectadors que recorren a dispositius de gravació (DVR) o d'emissió en directe de les cadenes per posar-se al dia. És important no tant de cara a les marques comercials (es pot saltar la publicitat fàcilment), sinó per entendre millor quins programes interessin i poden explotar-se per altres mitjans.

Però, fins i tot tenint en compte les dades del diferit dels set dies següents a l'emissió en directe, les xifres només sumen entre l'1,1% i l'1,6% de mitjana. És més, segons un estudi de Hearts&Science, gairebé la meitat dels adults de 22 a 45 anys no va veure res a la televisió (ni en obert ni per cable) el 2017 en el mercat nord-americà, la qual cosa porta a qüestionar-se l'efectivitat del mitjà en el seu conjunt per als anunciant: si l'audiència en directe ja no és una aposta segura i els perfils que busquen les marques ja no són a la televisió,

com es pot mantenir un model de negoci basat en la publicitat? Doncs malament.

L'horari de màxima audiència (*prime time*) continua tenint molt d'atractiu per als anunciant, però els interessos i les necessitats de la publicitat xoquen de ple amb la realitat de la cultura de l'entreteniment i de les preferències dels espectadors.

La conclusió a tot l'assumpte publicitari és que el model tradicional ja no funciona, i

**EL MODEL TRADICIONAL JA NO FUNCIONA,
I NO PERQUÈ LA GENT CONSUMEIXI MENYS VÍDEO.
TOT EL CONTRARI, SE'N CONSUMEIX MOLT MÉS**

no perquè la gent consumeixi menys vídeo. Tot el contrari, se'n consumeix molt més, en els mòbils, els portàtils, les tauletes, els televisors intel·ligents o qualsevol dispositiu connectat, i la inversió publicitària

se n'està anant cap on hi ha els "ulls".

Em pregunto quant trigaran els anuncis a donar importància a l'àudio i per intentar cridar l'atenció (de manera creativa, no apujant el volum) en aquest aspecte.

BRETXA TELEVISIVA

L'actual paradigma és, en qualsevol cas, el de les dues pantalles (com a mínim): la del televisor, d'una banda, i la del telèfon intel·ligent, la tauleta i l'ordinador portàtil, de l'altra. I és en aquesta segona pantalla on tenim obertes, per definició, les xarxes socials, la nostra "finestra" al món exterior. Tot

indica que aquest paradigma a poc a poc es reemplaçarà per un altre de continguts líquids que es distribuïran per un gran nombre de canals, amb audiències cada vegada més atomitzades.

UNA ANÀLISI DE LES NOVES FORMES DE CONSUM

L'obra *¿Nueva televisión? Nueva comunicación. El impacto de los cambios del consumo audiovisual en las formas de comunicar*, de Josep Maria Picola Meix (Editorial UOC, 2024), forma part de la col·lecció Dircom. El llibre aprofundeix en les noves maneres de consumir televisió a Espanya. Al llarg de les seves 212 pàgines, l'autor, doctor en Comunicació per la Universitat Ramon Llull, tracta com el sector i les organitzacions de tot tipus no han tingut més remei que adaptar-se als canvis dels hàbits de consum audiovisual per poder continuar impactant el públic. Per fer el llibre –prologat per Ana Palencia–, Picola Meix ha dut a terme un exhaustiu treball de camp amb nombroses entrevistes a experts en la matèria.



Així, la televisió no continuarà sent la pantalla principal, amb la del mòbil o la de la tauleta com a pantalla secundària, sinó que el predomini de la primera anirà dissolent-se amb el temps en benefici de la segona.

A això contribuirà la capacitat que aquesta segona pantalla dona a l'usuari en termes de creació de continguts propis. I aquí rau un dels reptes de futur per als creadors i distribuïdors de continguts televisius, i per als anunciants que s'hi vinculen: assimilar i entendre les moltes dades que genera “el canal social”, aquesta segona pantalla.

Els diferents autors consultats destaquen també l'existència d'una bretxa entre

generacions que separa els joves de la gent gran, que ja no comparteixen el lleure televisiu: nets i avis es distancien entorn de dos mitjans que, des d'aquest punt de vista, sembla que mai s'integraran: la televisió i Internet.

La bretxa televisiva té relació amb la bretxa econòmica i, en paral·lel, amb la bretxa cultural. Així, les classes altes, amb més nivell econòmic i cultural, es desplacen a la televisió de pagament; de la mateixa

LA TELEVISIÓ NO CONTINUARÀ SENT LA PANTALLA PRINCIPAL, SINÓ QUE ANIRÀ PERDENT PROTAGONISME EN BENEFICI DEL MÒBIL

manera, la joventut amb prou feines abandona Internet i les persones grans no surten de la televisió tradicional. En aquest context d'hibridació televisiva caldrà veure les implicacions entre continguts televisius i xarxes socials. La major part dels participants en una conversa social no intenta viralitzar sense

més els continguts televisius que motiven la conversa, sinó de manifestar les seves preferències i les seves opinions.

TENDÈNCIES DE FUTUR

Només als Estats Units hi ha més de catorze milions d'interaccions a x i Facebook sobre el contingut emès a la televisió; és moltíssima informació valuosa que s'ha de tractar. Entendre bé (“saber llegir”) sobre quins temes giren aquestes interaccions i quines són les seves motivacions resulta clau per als productors, per a les cadenes o plataformes, per a les marques, per a les seves agències de publicitat i mitjans i, en general, per a l'opinió pública.

Finalment, parlar de tendències de futur de la televisió és par-

lar també de com han anat, i aniran, difuminant-se les barreres entre l'emissor, el canal i el receptor a l'hora d'articular el missatge. Campanyes publicitàries com les dels últims estius d'Estrella Damm o algunes altres de molt notòries i viralitzades de l'últim Nadal (com les d'Ikea, Campofrío, llet Pascual o Ruavieja) ens



Els mòbils, amb el pas del temps, cada vegada seran més utilitzats com a dispositius per consumir contingut televisiu. Foto: Alamy

mostren que les marques aposten cada vegada més per la transmissió de valors i per compartir-los amb el seu *target* (la seva audiència, els consumidors dels seus continguts, quan, on i en el format que els consumeixin) que no pas per la simple comunicació comercial del producte.

El relat de la marca s'imposa a l'apilament d'atributs i beneficis dels seus productes; fins i tot en la construcció d'aquest relat intervenen sovint els mateixos consumidors, convertits en prescriptors, pel fet que acostuma a ser més creïble el que et digui un igual que el que et venen les marques.

Avui en dia, hem passat, o estem passant, de comprar el que “anuncia la tv” a adquirir el que “consumeix en tal o en

EL PARADIGMA ACTUAL S'ANIRÀ REEMPLAÇANT PER UN DE CONTINGUTS LÍQUIDS AMB MOLTS CANALS I AUDIÈNCIES ATOMITZADES

tal altre”, de comprar productes a viure o compartir experiències de marques.

Una de les grans cites d'experts mundials en televisió i entreteniment és la conferència “Future of Television”, que

se celebra anualment. És una trobada on representants de cadenes de televisió, de la indústria audiovisual en general, marques, xarxes socials i proveïdors de tecnologia exploren com la innovació està configurant el futur dels mitjans i l'entreteniment. També solen

participar-hi consultores especialitzades en aquesta temàtica. És el cas de Deloitte Alemanya, que ha fet un estudi sobre escenaris futurs de la indústria de la televisió i el vídeo per a l'any 2030. Aquest estudi planteja quatre escenaris alternatius que



Les noves generacions, nascudes en el paradigma digital, tenen una relació amb les pantalles molt diferent de les generacions més grans. Foto: Alamy

demostren com de diferents podrien ser els camins futurs del mercat de la televisió i el vídeo.

A continuació, viatgem al 2030 i repassem alguns dels punts rellevants de cadascun d'aquests escenaris.

1 | ESCENARI 1

Supermercat universal

En aquest escenari, unes poques plataformes digitals globals han assumit el paper principal en l'agregació i la distribució dels diferents canals de televisió. Controlen el mercat de la televisió i el vídeo i han entrat en tots els passos de

la cadena de valor, incloses la creació, l'agregació, la distribució de continguts i la relació directa amb el client. Igual que passa en els grans supermercats, cadascuna de les plataformes digitals actuals ofereix una àmplia gamma de continguts

LES CLASSES ALTES VAN A LA TELEVISIÓ DE PAGAMENT, ELS JOVES, A INTERNET, I LES PERSONES GRANS NO SURTEN DE LA TELEVISIÓ TRADICIONAL

globals i nacionals, i només es diferencien per algunes produccions exclusives i de drets esportius.

2 | ESCENARI 2

Contingut estratègic

El contingut s'ha convertit en el principal factor diferenciador en el mercat del vídeo, mentre que les tecnologies com la distribució, la cerca i la recomanació

se situen en un altre nivell. La varietat de contingut ha disminuït, però la qualitat de les produccions globals ha assolit noves dimensions.

Les plataformes digitals s'han convertit en simples canals de distribució, focalitzades únicament en els aspectes tècnics del

lliurament. El model de negoci de les empreses digitals ha canviat, ja que els consumidors no paguen per una plataforma específica, sinó directament pel seu contingut preferit.

ELS CONSUMIDORS NOMÉS ESTAN INTERESSATS EN EL CONTINGUT I, PER TANT, TENDEIXEN A NO SER LLEIALS A CAP PLATAFORMA EN PARTICULAR

3 | ESCENARI 3

La venjança dels canals

En aquest escenari, els canals tradicionals han assolit amb èxit la transformació digital i s'han assegurat una forta posició en l'ecosistema de la televisió i el vídeo. Els canals han evolucionat cap a plataformes digitals, establint relacions directes amb els clients i lliurant contingut sota demanda.

COEXISTIRAN LA TELEVISIÓ TRADICIONAL I ELS CONTINGUTS NO LINEALS, MENTRE QUE EL 5G FARÀ CRÉIXER LA TELEVISIÓ I VÍDEO PER INTERNET

Durant el seu procés de transformació, els canals han desenvolupat excel·lents capacitats digitals. Han incorporat nous serveis com la publicitat dirigida i les funcions de recomanació, abans dominades per les empreses de plataformes digitals. En el mercat coexisteixen les plataformes digitals, que desenvolupen continguts globals, i els canals tradicionals, que se centren en el contingut local.

Els canals també es beneficien d'una forta regulació dels mitjans de comunicació a escala nacional, ja que la producció local de continguts gaudeix d'un ferm suport regulador.

4 | ESCENARI 4

Perduts en la diversitat

El quart escenari mostra que el mercat de la televisió i el vídeo s'ha convertit en un ecosistema divers sense actors

dominants. Tothom fa de tot. Les empreses de plataformes digitals han establert relacions directes amb els clients. Els proveïdors, els canals

i els productors de continguts també han creat amb èxit les seves pròpies plataformes digitals.

Les empreses de plataformes digitals aporten formats globals com les sèries d'alt perfil i, per proporcionar un contingut local rellevant, també forgen aliances amb els productors locals. Els consumidors

només estan interessats en el contingut i, per tant, tendeixen a no ser lleials a cap plataforma en particular. Els canals nacionals aprofiten

l'enorme set de notícies, esports, pel·lícules i sèries locals dels consumidors.

En general, aquests canals continuen sent independents i mantenen els seus mitjans de subsistència gràcies a diverses fonts d'ingressos.

En el que coincideixen els quatre escenaris de l'estudi de Deloitte Alemanya és que la digitalització canviarà les funcionalitats de producció, distribució i recomanació de continguts. Coexistiran l'oferta de televisió tradicional i la de continguts no lineals i apareixeran formes cada vegada més creatives de garantir els ingressos gràcies al desplegament de la tecnologia 5G, que farà que creixi encara més l'oferta i el consum de televisió i vídeo per Internet. **C**

L'EMISSORA DE L'ODI

Es compleixen trenta anys del genocidi de Ruanda, que va comptar amb la complicitat absoluta de Radio Télévision Libre des Mille Collines

TEXT ANNA PRUNA GALDON



Vista del camp de refugiats de Kibumba (Zaire), on el 1994, escapant del conflicte de Ruanda, es van arribar a congregar més d'un milió de persones. Foto: Alamy

Es compleixen trenta anys del genocidi de Ruanda, un dels episodis més obscurs dels anys noranta. Unes matances que van acabar, en 100 dies, amb el 75% de la població tutsi d'un dels països més petits del continent africà. Una crueltat propiciada i encoratjada, en gran part, per un mitjà de comunicació que no va dubtar a plantar la llavor de la barbàrie: Radio Télévision Libre des Mille Collines, la ràdio de l'odi. El seu és un dels exemples més tristament cèlebres de com aprofitar el ressò mediàtic per ajudar a sembrar mort i destrucció.

Era una nit de pluja i vent de la primavera del 1994. Aquell matí del 6 d'abril un míssil havia abatut l'avió privat en el qual viatjaven Juvénal Habyarimana, president de Ruanda, i Cyprien Ntaryamira, president del país veí, Burundi, juntament amb altres alts càrrecs dels dos països. La majoria hutu ruandesa sortia al carrer amb armes culpant l'ètnia tutsi de l'autoria de l'atemptat, una onada de violència mai vista a la capital del país, Kigali. Hores després, el 7 d'abril del 1994, una milícia extremista hutu assassinava la primera ministra del país, Agathe Uwilingiyimana, juntament amb set cascos blaus belgues de les Nacions Unides. La milícia prenia el poder i començava així el que serien 100 dies de violència extrema i genocidi a Ruanda.

Mai s'ha sabut si aquell avió el va fer caure la milícia tutsi del Front Patriòtic

Ruandès o bé alguna de les faccions més extremistes dels mateixos hutus, però n'hi va haver prou per engegar una maquinària d'odi que convertiria Ruanda en un “infern a la terra”, en paraules d'Amnistia

EN POC MÉS DE TRES MESOS ES VAN ASSASSINAR MÉS DE 800.000 TUTSIS, EL 75% DEL TOTAL QUE HI HAVIA AL PAÍS

Internacional, i que portaria a la matança de més de 800.000 tutsis (el 75% del seu total) en poc més de tres mesos, entre l'abril i el juliol del 1994.

I, tot i semblar-ho per la rapidesa dels esdeveniments, res va ser de la nit al dia. El caldo de cultiu polític, social i econòmic feia temps que havia posat el país en una situació insostenible. L'herència colonial

belga havia creat (com a molts països africans amb fronteres de línies rectes que no respecten ètnies, tribus, llinatges ni tradicions) desequilibris en les majories socials i divisions racials. Però, curiosament, qui va tenir un paper crucial en l'explosió i la capitalització de l'odi aquell 7 d'abril fou una emissora de ràdio: Radio Télévision Libre des Mille

Collines (RTLHC), que emetia discursos pensats per anar en contra de tots aquells que fossin tutsis (o que ho semblessin) i de tots aquells hutus de perfil més moderat.

PLA PREMEDITAT

Les paraules se seleccionaven amb tota la intencionalitat, tal com assegurava Valérie Bemeriki —una de les presentadores estre-

lla de la ràdio ruandesa durant els dies del genocidi, condemnada anys després per crims de guerra— en una entrevista el 2014

"TOTES LES INTERVENCIIONS QUE FÈIEM EN ANTENA EREN DISCURSOS D'ODI"

Valérie Bemeriki, locutora de la RTLMC

a ElDiario.es. “Totes les intervencions que fèiem en antena eren discursos d’odi en els quals asseguràvem que els tutsis no eren ruandesos, que eren els nostres enemics i que no hauríem de conviure amb ells”, explicava.

Així doncs, era normal escoltar locucions en què se’ls tractava com a animals o se’ls deshumanitzava de manera constant i sistemàtica. “Aquella ràdio s’havia creat, anys abans, amb un clar objectiu genocida”, sentenciava Bemeriki. Es refereix al 1992, quan es va començar a pensar un projecte radiofònic que es materialitzaria un any després gràcies al suport i el finançament de Ràdio Ruanda, controlada pel govern, que fins i tot va permetre en un primer moment que les retransmissions es fessin des dels seus equips.

No s’ha d’oblidar que al país hi havia un alt percentatge d’analfabetisme que feia que els diaris no fossin accessibles per a tothom; la televisió encara no s’havia estès i la ràdio era l’element més popular per rebre informació entre la majoria de la població. Per això, la RTLMC es va alçar ràpidament com un referent. Un referent, però, que plantava, dia a dia i de manera directa i desacomplexada, la llavor de l’odi entre els que l’escoltaven i que va

ser directament còmplice del genocidi, ja que els seus locutors havien arribat a llegir en antena llistes d’*inyenzi* (paneroles, en ruandès) que calia “exterminar”, cobrien en directe matances felicitant els que les havien perpetrat i locutaven les adreces personals

de les víctimes i els llocs on s’amagaven, condemnant-les a una mort segura.

ODI ENTRE ÈTNIES

Tot plegat era un equilibri propagandístic ben cuidat, ja que, maquiavèl·licament, la ràdio s’havia fet especialment famosa entre la població més jove emetent música moderna i programes d’humor (amb una forta càrrega i rerefons racista), fet que li atorgava una aura de modernitat que després aprofitava per introduir els citats discursos farcits de propaganda. Els discursos sempre anaven en contra dels tutsis, però també dels hutus moderats i, fins i tot, de la UNAMIR, la Missió d’Assistència de les Nacions Unides a Ruanda.

Amb tot, els extremistes hutus sabien que convèncer la població de la necessitat de l’extermini tutsi seria relativament

L'EMISSORA S'HAVIA CREAT AMB UN CLAR OBJECTIU GENOCIDA GRÀCIES AL SUPORT I EL FINANÇAMENT DE RÀDIO RUANDA, CONTROLADA PEL GOVERN

fàcil. Tot el sistema estava basat en l’odi (quelcom heretat del projecte colonial belga), i tant l’educació com les institu-

cions, la cultura i la societat funcionaven sobre la base d’aquest odi ancestral entre aquestes ètnies.

Des de petits, als hutus se’ls ensenyava a odiar els tutsis. Se’ls inculcava que eren els seus enemics i que, quan recuperessin el control del país (els hutus eren majoria, però els tutsis havien controlat la monarquia que va precedir la república), els exterminarien. “Com a presentadora de ràdio —assegurava

Bemeriki en l’entrevista a ElDiario.es—, creia fermament que estava fent la meua feina i que havia de defensar-me. No



Nens dempeus en una església a la zona rural de Ruanda mirant les restes de persones assassinades durant el genocidi. Foto: Alamy

només a mi, sinó també als meus familiars, la meva comunitat i el meu país”.

EL PAPER DE L'EDUCACIÓ

A la vegada, la comunitat internacional seleccionava també les paraules, però a l'inrevés. Sense anar més lluny, els Estats Units van prohibir als seus funcionaris fer servir la paraula *genocidi* per descriure el que passava a Ruanda, per evitar que les lleis internacionals els obliguessin a intervenir.

Les notícies de violacions sistemàtiques dels drets humans i matances indiscriminades constants amb armes com matxets i ganivets no van ser suficients

perquè la comunitat internacional decidís intervenir, sinó que, contràriament al que s'esperaria, organitzacions com l'ONU van optar per reduir la seva presència en aquest país africà.

Però l'escenari que va permetre la gran influència de la RTLMC era encara més polièdric. Tal com explica el professor David

ES LLEGIEEN LLISTES D'INYENZI (PANEROLES, EN RUANDÈS) QUE CALIA "EXTERMINAR", FELICITAVEN ASSASSINS I DEIEN ADRECES DE QUI CALIA MATAR

Yanagizawa-Drott en un estudi sobre la incidència dels mitjans en la creació i la

inoculació de l'odi en la població hutu ruandesa, també van ser clau altres aspectes com, per exemple, que a les zones rurals no hi arribaven diaris impresos o el baix nivell d'alfabetització d'algunes àrees del país.

De fet, amb el temps s'ha demostrat que aquells sectors més educats van rebre

menys la influència dels mitjans que encoratjaven les matances de tutsis i propagaven discursos d'odi. A l'estudi *Propaganda and*

Conflict: Evidence from the Rwandan Genocide, Yanagizawa calcula que un 10% de



UN FILM SOBRE RUANDA AMB ACCENT CATALÀ

La pel·lícula *Hate Songs*, estrenada el passat abril, explica la història de Radio Télévision Libre des Mille Collines (RTLM) i de com aquesta emissora va incitar al genocidi de la població tutsi. Dirigit pel cineasta català Alejo Levis, el film és protagonitzat pel també català Àlex Brendemühl, a més de l'actor Boré Kaita Masa Buika –nascut a Palma de Mallorca i d'ascendència equatoguineana– i l'actriu Nansi Nsué –nascuda a Guinea Equatorial i resident a Londres–.

A la trama, Buika i Nsué interpreten dos actors ruandesos mentre que Brendemühl és un tècnic de so belga. Tots tres el 2019 es reuneixen a l'antiga seu de RTLM per assajar una radionovel·la que reproduïx les cançons d'odi que aquesta emissora va transmetre i que van incitar a la matança indiscriminada de quasi un milió de tutsis. A mesura que avança l'assaig tots tres s'adonen que la reconciliació no és tan senzilla. L'argument de la pel·lícula, que signa Levis juntament amb l'actriu, dramaturga i directora teatral Denise Duncan, aborda, doncs, els temes de la memòria, la reconciliació i el perdó. “*Hate Songs* tracta sobre el paper dels europeus en els conflictes africans i el perill dels discursos d'odi en els mitjans”, assegurava Levis al digital *Cine con N*.

La pel·lícula, que es va estrenar en el D'A Film Festival Barcelona coincidint amb el trentè aniversari de l'inici del genocidi a Ruanda, és el primer llargmetratge de Mundo Cero, la nova productora del basc Ibon Cormenzana, nominada a l'Oscar per *Robot Dreams*. El film es va rodar durant quatre setmanes entre Bilbao –els interiors– i Kigali –els exteriors– i té com a idiomes l'anglès, el francès i el kinyarwanda, la llengua principal a Ruanda.



Un fotograma de la pel·lícula *Hate Songs*, estrenada aquest any.

tota la violència exercida durant aquell període pot ser atribuïda directament a la influència de la mencionada emissora de ràdio.

CONDEMNATS PER GENOCIDI

El nom de l'emissora volia dir “ràdio televisió lliure dels mil turons”, perquè, en francès, aquesta és una expressió que s'utilitza per descriure el país, anomenat de vegades “la terra dels mil turons”. Però, tot i la bonica referència a l'orografia ruandesa, la ràdio ha passat a la història com “la ràdio de l'odi”, principalment per la duresa dels discursos de locutors com Kantano Habimana, Valérie Bemeriki o Georges Ruggiu (aquest darrer, tot i ser belga, també va tenir-hi un paper important), però també perquè poques vegades un mitjà ha centralitzat amb aquesta duresa el rol d'encoratjar la violència. De fet, la història dels locutors ha estat recollida per la cultura popular en obres de teatre, com *Hate Radio*, de producció alemanya, i en pel·lícules, com *Hate Songs*, estrenada el passat abril en record als trenta anys del genocidi.

El final del genocidi va arribar el juliol del 1994 després d'una acció d'urgència de Paul Kagame (encara actual president del país) i el Front Patriòtic Ruandès a través d'una ofensiva a la capital. Però, tot i que es parli de tres mesos de genocidi, la violència no va acabar aquí, ja que els desplaçaments associats al conflicte van estendre'l a països com Zaire, Tanzània, Burundi o Uganda, van agreujar les guerres del Congo i van provocar la migració de milers de refugiats que van haver d'afrontar condicions inhumanes i sobreviure a malalties com el còlera, la disenteria o la meningitis (molts d'ells eren hutus que fugien tement les represàlies de la nova època que s'obria). Dins Ruanda, es va arribar, amb el pas dels anys, a una certa estabilitat, i l'any 2000 el Tribunal Internacional de Ruanda va condemnar els fundadors de la RTLMC i d'altres mitjans (com la revista *Kangura*) per crims de genocidi.



Calaveres del Memorial del genocidi de Ntarama, a Kigali, una antiga església catòlica on van assassinar unes cinc mil persones. Foto: Joerg Boethling / Alamy

I de l'odi s'ha passat a la reparació. Uns anys més tard, una ONG holandesa va crear l'emissora La Benevolència per promoure la reconciliació, i avui té diversos programes a escoles i mitjans del país

UN 10% DE TOTA LA VIOLÈNCIA EXERCIDA DURANT AQUELL PERÍODE POT SER ATRIBUÏDA A LA INFLUÈNCIA DE L'EMISSORA DE RÀDIO

per caminar de manera conjunta cap a la sanació. Però el trauma entre la població supervivent (entre les quals hi havia, per exemple, milers de víctimes de violacions infectades amb el virus de la sida), l'èxode i la manca de tractament psicològic fan que els passos siguin lents.

El programa té la mirada posada en la justícia, el diàleg i el trauma i, sobretot, en la col·lectivitat; a avançar en grup a través de l'escolta i la reparació.

I, tot i que certs experts com Jerónimo Delgado, professor d'Estudis Africans, recordin que mai s'ha promogut a Ruanda una comissió per a la reparació (hi ha un centre commemoratiu del genocidi a Kigali, però s'han "congelat" certs temes), aquestes iniciatives, quan són implementades en conflictes no actius com el ruandès, ofereixen un espai de "socioteràpia", en paraules dels impulsors de la ràdio La Benevolència.

Aquests espais són clau per assentar unes bases que trenquin amb els cicles de violència que porten a odiar el veí. I que són més que necessaris, ja que els actes i la retòrica genocida són, malauradament i tal com s'està veient en altres punts del planeta, fàcilment repetibles. Ç

Més informació





Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

PERIODISTES

CONVERSES SOBRE L'OFICI

Jordi Évole 16/09

Gemma Nierga 3/10

Ramon Besa 17/10

Tura Soler 31/10

Josep Cuní 14/11

Esther Vera 28/11

Josep Carles Rius 12/12

Cristina Gallach 19/12

Lluís Permanyer 9/01

Txell Feixas 23/01

Estrena quinzenalment a CaixaForum⁺



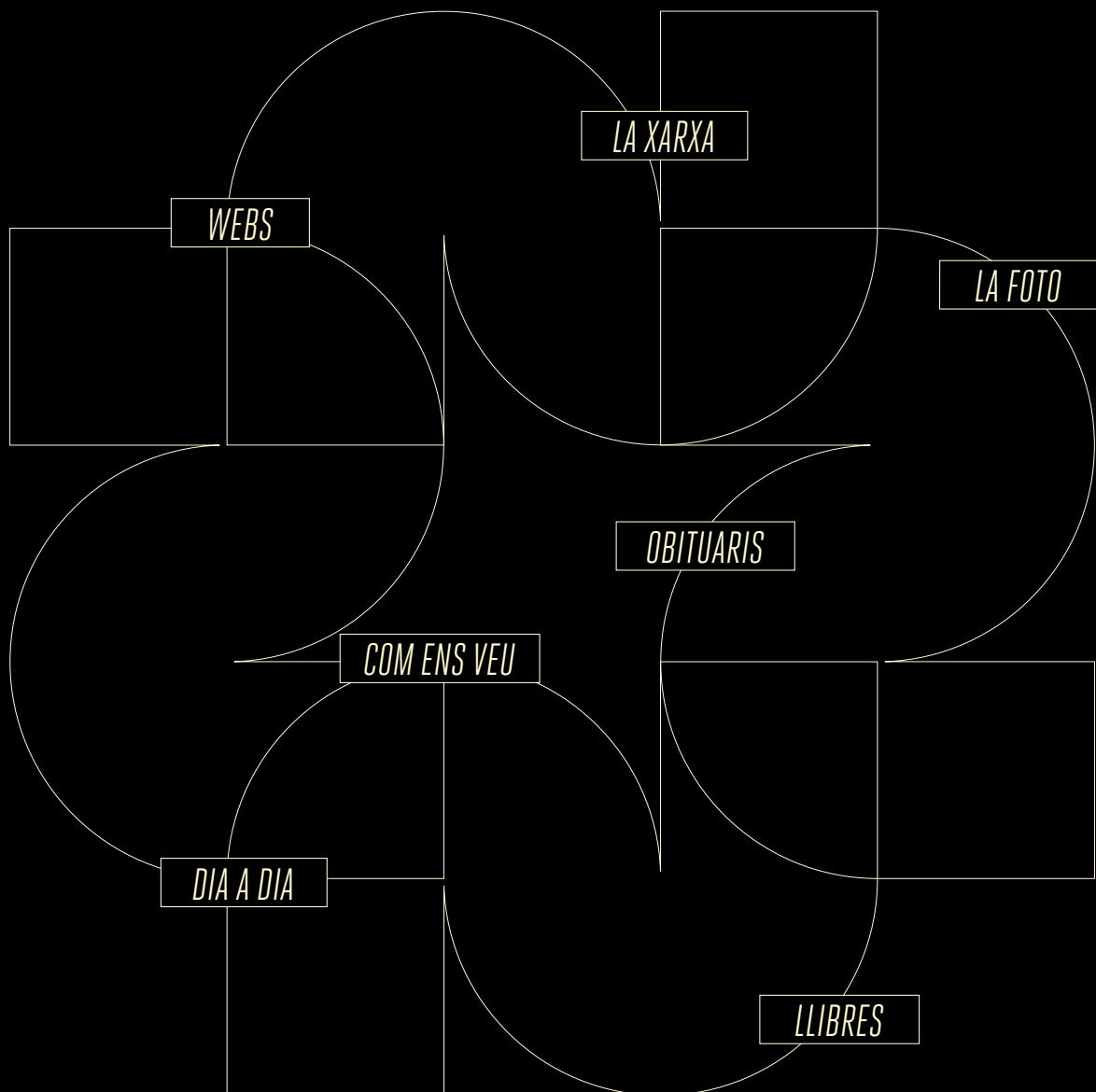
ESCOLTA'LS





SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



PANORÀMICA DE LA TRAGÈDIA

L'OCHA (Office for the Coordination of Humanitarian Affairs) de les Nacions Unides té un web amb diferents seccions que mostren, actualitzat i amb detall, l'abast de la tragèdia humanitària a la zona de Gaza. Xifres de morts, ferits i desplaçats, destrucció d'infraestructures i d'instal·lacions civils...



Foto: Saleh Najm i Anas Sharif

UN INFORME MULTIPLICA ELS MORTS

Un estudi tècnic publicat a la revista mèdica britànica *The Lancet* estima que el total de morts a Gaza, quan se'n pugui fer un recompte acurat, podria arribar fins als 186.000. Els autors apliquen una estimació de quatre morts finals per cada mort detectada. Això sobre les 40.000 morts estimades fins ara.

DEGOTEIG DE PERIODISTES CAIGUTS

Dos recomptes dels periodistes morts a Gaza. El primer és la llista del Comitè per a la Protecció dels Periodistes, que inclou els casos després de verificar-ne totes les dades. A mitjans de juliol, parla de 108 morts. Ferits i desapareguts, a part. En el segon, Al-Jazeera recull les dades oficials del govern palestí i esmenta fins a 158 professionals morts.

CONTRA LES RENOVABLES I EL COTXE ELÈCTRIC

Un estudi revela el manual seguit els darrers cinquanta anys pel lobby petrolier per tal de debilitar les alternatives als combustibles fòssils. API, FuelsEurope i Fuels Industry UK, tres associacions que defensen

els interessos de Shell, Exxon, Chevron, BP i l'espanyola Repsol, entre altres companyies, "han advocat sistemàticament per reduir i endarrerir el desenvolupament de les energies renovables i els vehicles elèctrics, o per oposar-s'hi".

CRIMS OCULTS A L'AMAZÒNIA

Periodistes de diferents mitjans exploren informativament l'Amazònia per entendre l'ecosistema criminal que s'hi ha instal·lat. Un informe mostra les forces —grups paramilitars, narcotraficants, bandes, empreses, etc.— que hi ha darrere de moltes activitats il·lícites i el seu impacte en les comunitats amazòniques i el medi ambient.



GUERRA DEL TABAC

Una investigació explica les maniobres ocultes de les grans empreses tabaqueres al Regne Unit. Inclou els acords amb polítics per aturar i revertir els plans oficials que volen restringir l'accés dels joves a cigarretes tradicionals i electròniques.

CRISI VOCACIONAL ALS ESTATS UNITS

Un article afirma que el periodisme viu als Estats Units una gran crisi vocacional entre els joves i n'assenyala les causes: poca oferta de llocs de treball, salaris baixos, una feina difícil de compatibilitzar amb la vida personal, problemes amb les empreses editores, pèrdua del prestigi de la professió...

QUEIXES DELS PERIODISTES D'UCRAÏNA

The Kiev Independent és el mitjà de comunicació en anglès amb més ràpid creixement d'Ucraïna. Creat el novembre del 2021, tres mesos abans de la invasió russa, és crític amb el poder i publica articles com el de l'enllaç, titulat: "Els periodistes ucraïnesos denuncien pressions contínues i intents de censura i els casos anteriors encara no s'han resolt".

L'AJUT DELS SATÈL·LITS

Una guia actualitza els recursos per tal que els periodistes tinguin accés a imatges gratuïtes de satèl·lits. Les imatges i dades de teledetecció ajuden a visualitzar millor un ampli ventall de temes: des de la pèrdua d'arbres, el nombre d'incendis forestals, el canvi climàtic o l'esclavatge fins a l'empresonament massiu i les construccions secretes, entre altres.

MEMÒRIA DE BARCELONA (1769-1981)

Calaix de sastre, precedent històric del periodisme local a Barcelona, ha estat digitalitzat i està disponible a Internet en obert. Aquest dietari, de seixanta-nou volums i escrit per Rafael d'Amat i de Cortada, baró de Maldà, narra la seva visió del dia a dia de la ciutat de Barcelona entre el 1769 i el 1819.



Consulta els webs
d'aquesta secció aquí:



NO ARXIVEU TAN DE PRESSA EL CAS ASSANGE

El creador de WikiLeaks ja està lliure, però queden sense resposta preguntes rellevants sobre la seva persecució, el paper de la premsa i la llibertat del periodisme



Julian Assange a dins de l'avió després de ser alliberat. Foto: Wikileaks

Julian Assange està lliure. I després del rebombori per l'acord amb la justícia nord-americana, es detecta una predisposició mediàtica a celebrar el fet i passar pàgina ràpidament.

Però queden preguntes sense resoldre sobre què pot representar en el futur del periodisme la manera com s'ha tancat el cas: Assange s'ha acabat declarar culpable davant del perill d'extradició als Estats Units, on li demanaven 175 anys de presó. I tampoc hi ha gaire interès a explicar amb claredat el paper que en aquesta terrible història han tingut els poders polítics, la justícia i part de la premsa, la mateixa que inicialment va col·laborar amb ell, però que després li va girar l'esquena i que en molts casos —probablement pressionada i atemorida— va contribuir a desdibuixar els fets. És interessant, doncs, repescar les veus que segueixen analitzant els fets.

“Julian Assange: en llibertat i no gràcies als mitjans”. Aquesta visió radical de *Declassified*, al Regne Unit, recull l'enfrontament del creador de WikiLeaks amb *The Guardian* i altres moments en què ha estat injustament criminalitzat, fins i tot per mitjans com la BBC: “La veritat és que si els mitjans de comunicació haguessin desenvolupat correctament el paper que s'atorguen de vigilants del poder, Assange mai hauria pogut desaparèixer durant tant de temps. Hauria estat alliberat fa anys”, afegeix.

Fem memòria. Quan WikiLeaks va començar les seves filtracions, Assange es va convertir en un heroi popular que guanyava premis i mobilitzava els principals mitjans progressistes. S'enfrontava al poder, però, de retruc, va començar a ser qüestionat per part de la premsa, que tenia una cultura informativa diferent i uns interessos no sempre coincidents.

D'HEROI A MALVAT

Assange, en els seus escrits, parla d'enganys per part de diaris com *The Independent* i *The Guardian*. Acusa els mitjans que treballen amb WikiLeaks de pactar amb els governs els límits dels continguts que s'han de publicar. I relata la mala relació amb *The New York Times* i el que llavors era director del diari, Bill Keller, a qui acusa de ser l'origen de la seva llegenda negra en presentar-lo públicament “com un personatge sorgit d'un thriller de Stieg Larsson: mig pirata, mig teòric de la conspiració.”

Tot es va sobredimensionar quan el govern nord-americà el va acusar d'obtenir i de difondre material secret. Podria haver declarat la guerra judicial als diaris que havien publicat les filtracions, però va preferir aquesta maniobra, amb un clar avís als navegants.

En la deriva, el relat va canviar. En lloc dels crims comesos pels Estats Units, es va passar a parlar d'altres temes: acusacions contra Assange per violació sexual

(que mai van reeixir judicialment), el suposat espionatge de WikiLeaks per afavorir Rússia i Trump en les eleccions del 2016 o els relats malèvols de com va viure set anys refugiat en una habitació de l'ambaixada de l'Equador a Londres. Després en va passar cinc més, detingut i severament aïllat, a la presó londinenca de Belmarsh, un període amb notables silencis informatius sobre la seva situació.

“Seria lògic i esperable que diaris com *The Guardian*, *The New York Times* i *El País* —que el 2007 van publicar les primeres filtracions explosives de WikiLeaks obtingudes per Chelsea Manning— fossin defensors acèrrims del periodisme valent d'Assange. Però no ha estat així”, escriu Andy Robinson a CTXT.

“Em vaig adonar que havia estat cegat per la propaganda i que Assange havia estat calumniat sistemàticament per desviar l'atenció dels crims que va

NO HI HA INTERÈS A EXPLICAR EL PAPER DELS PODERS POLÍTICS, LA JUSTÍCIA I PART DE LA PREMSA EN AQUESTA HISTÒRIA

exposar”, assegura Nils Melzer, relator de l'ONU en temes de tortures entre el 2016 i el 2022 i autor de *The trial of Julian Assange. A story of persecution*. Melzer explica que va oferir articles amb aquesta valoració a un gran nombre de publicacions (*Financial Times*, *The Washington Post* i *Newsweek*, entre d'altres) i que totes els van rebutjar.

La història d'Assange i de WikiLeaks és complexa. No es tracta de justificar errors ni zones fosques, que n'hi ha, però sí de mantenir el focus en el tema central: la ira del govern nord-americà, i d'altres, per la revelació de crims i fets que no volen que se sapiguin. Creuen que ells estan per damunt del dret a la informació i de l'interès social. I el millor aliat per aconseguir-ho és una premsa que no traspassi els límits.

Cal celebrar que Assange estigui lliure, però no sembla prudent arxivar ràpidament un cas tan important i amb tantes incògnites.

Més informació





LA IMATGE INCESSANT

Jordi Balló i Mercè Oliva | Editorial Anagrama, 2024 | 415 pàgines

Aquest assaig comprèn el dilatat univers audiovisual des de l'òptica dels formats i de les seves connexions amb altres referents creatius, entenent el format audiovisual com "un conjunt de regles que generen una repetició narrativa". Els autors han rastrejat els formats que han comportat una renovació dels llenguatges i els dispositius audiovisuals que han intervingut decisivament en la construcció de narratives i discursos. Els formats transmeten valors, fins i tot aquells que pertanyen al pantanós àmbit de les viscères i la cridòria. S'hi menciona el cas del *talk show* en què Rocío

Carrasco, filla de Rocío Jurado, confessava els maltractaments patits pel seu marit: el nombre de trucades al número telefònic contra la violència de gènere va augmentar un 42%. Així, s'analitzen formats força coneguts de diversos espais i procedències, com el film documental *Shoah* (1985), de Claude Lanzmann; el format immersiu de *Black White*, el documental *Clouds over Sidra* (2014) sobre els camps de refugiats o *Gran Hermano*; la gran varietat de concursos televisius; els programes per cercar parella (*dating shows*) o els prolífics *talent shows* i *reality shows*, entre moltes altres fórmules estudiades.

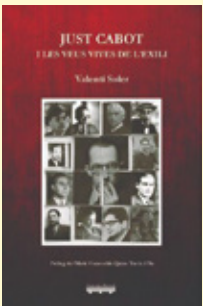


CRÓNICA DE UN FRACASO

Mònica Bernabé | Debate, 2023 | 206 pàgines

L'autora ha residit durant vuit anys en un Afganistan devastat per la guerra com a periodista freelance per a *El Mundo* i, posteriorment, per al diari *Ara*. Aquestes cròniques, personals i periodístiques alhora, comencen l'any 2012, quan Barack Obama decideix la retirada escalonada de les tropes nord-americanes de l'Afganistan i acaben el 2023 amb la derrota occidental, l'ascens dels talibans al poder i l'oblit afganès de les agendes dels mitjans. El llibre recull les seves experiències farcides de desànim, desesperança i ressentiment envers Occident per haver sacrificat l'Afganistan a l'atzucac geopolític. La tragèdia de les adolescents condemnades als matrimonis forçats,

l'angoixa dels afganesos col·laboradors amb Occident abandonats a la seva sort, el temor de tantes dones professionals davant del retorn dels talibans o l'atzar de les bombes i els atemptats són alguns dels retrats quotidians reflectits en el llibre i que han passat factura a l'autora, tal com ho explica en el pròleg i confessa al llarg de les pàgines del llibre: "Més enllà de la guerra que narrava en els meus articles, una altra batalla es lliurava al meu interior, on la tristesa guanyava cada cop més espai, fins que vaig caure en una depressió".



JUST CABOT I LES VEUS VIVES DE L'EXILI

Valentí Soler | Pont del Petroli, 2024 | 246 pàgines

Just Cabot és un d'aquells brillants periodistes republicans de qui la foscor de la dictadura i postdictadura literalment va esborrar la lletra sarcàstica i punyent. Rescatat per Valentí Soler en el llibre *Just Cabot, el periodisme silenciats*, ara el biògraf "del periodista més intel·ligent i ben informat de la Barcelona dels anys trenta" edita una selecció de la seva correspondència, que retrata el drama de l'exili entre aquella intel·lectualitat catalana que va haver de fugir amb el triomf del feixisme. Cabot, periodista, escriptor, assagista, traductor i director de la revista *Mirador*, va col·laborar, ja refugiat a París, amb OCRE, un organisme d'ajut als refugiats espanyols

que li va permetre mantenir una intensa activitat epistolar amb el món de l'exili a França. Soler selecciona les cartes intercanviades amb onze dels seus amics —periodistes, escriptors, polítics, artistes...— que compendien la duresa, la desesperació, la precarietat i el desencís de la vida dels exiliats. Rafael Patxot, Jaume Passarell, Joan Bayo, Ramon Sugranyes, Manuel Bosch o Ernest Guasp són alguns d'aquests corresponents.

FUM DE FÀBRICA

Joan Salvat-Papasseit

Lo Diable Gros / Manifest Llibres, 2024

217 pàgines



Aquest llibre, quan es compleixen 100 anys de la mort de Joan Salvat-Papasseit, recull i tradueix els articles primerencs publicats a les revistes en castellà *Los Miserables* i *El Insurgente*. Escrits revolucionaris, combatius, de prosa implacable i expeditiva que parlen de la irracionalitat de les guerres i els exèrcits, del desdeny envers els socialistes per no haver convocat una vaga general per evitar la guerra, de la duresa esclavista de les fàbriques, de la impietat de reis i prínceps, de l'arruïnada joventut espanyola o de la perversió de l'Església. També incorpora glosses d'aquells dels quals va aprendre i als quals admirava, com Àngel Samblancat, Francesc Ferrer i Guàrdia, Friedrich Adler, Joaquín Costa, José María Vargas Vila...

EL ÚLTIMO PERIODISTA

Antoni Vidal Carretero

Marcombo, 2024

314 pàgines



La primera patacada del periodisme, tal com l'entenen encara avui, va ser durant la crisi mundial del 2008, quan va tenir lloc la reducció de plantilles, de salaris, de consumidors i d'ingressos publicitaris. La segona, i definitiva, s'està produint amb la intel·ligència artificial (IA). Aquest brillant assaig viatja des de la tecnologia analògica que va revolucionar en el seu moment la comunicació fins a l'eclosió incontestable de ChatGPT, el metavers i el multivers, tot reflexionant sobre la funció del periodista —el magnat Murdoch produeix 3.000 notícies setmanals amb IA—, la vulnerabilitat social davant la veritat "secundària" o la fi del periodisme crític amb el poder. As-sange, Snowden, Woodward, Ellsberg, el diari libanès *Al-Shiraa* o els Papers de Panamà versus El Rubius o Vegetta777, *influencers* amb quaranta milions de subscriptors.

PLÁTICAS LITERARIAS

Gaziel

Santander Fundación, 2024

232 pàgines



Agustí Calvet i Pascual, *Gaziel* (1887-1964), “ha estat probablement l'escriptor polític més intel·ligent que ha donat la dreta catalana en aquest segle”, segons l'editor Josep Benet en el pròleg de les seves *Obres completes*. Escriptor i periodista, va adquirir notorietat professional amb les seves cròniques des de

París sobre la Primera Guerra Mundial publicades a *La Vanguardia*. El llibre és una antologia de les columnes literàries que l'autor publicava amb el títol genèric de *Pláticas literarias*, en què, a partir d'un autor, estableix paral·lelismes entre la seva obra i els esdeveniments de l'actualitat. Shakespeare, Eça de Queiroz, Guimerà, Maragall, Proust, Valéry, Baroja, Azorín o Gaudí són alguns dels autors que utilitza per a les seves elucubracions.

GAZA. CRÒNICA DE UNA NAKBA ANUNCIADA

Ignacio Álvarez-Ossorio i José Abu-Tarbush

Catarata, 2024

198 pàgines



Un llibre tan vigent com actual. Els autors enceten l'anàlisi amb el capítol titulat “La segona Nakba palestina”, on recullen una cita del secretari general de l'ONU, António Guterres, dies després del brutal atac del 7-o. “És important reconèixer que els atemptats de Hamas no s'han produït en el buit. El po-

ble palestí porta cinquanta-sis anys sota una ocupació asfixiant”, deia. La resposta israeliana ens remet a la Nakba (el “desastre”), la gran neteja ètnica del 1948, que ha continuat sense treva fins avui amb el genocidi que s'està perpetrant a Gaza. Una crònica farcida de fonts documentals i d'informes que repassen les claus d'aquesta Nakba anunciada: el fracàs de la Conferència d'Oslo, el naixement de Hamas, la imposició de l'Erez d'Israel i el sistema d'apartheid, la passivitat dels organismes internacionals...

XERRAR BOIG

Emili de Balanzó

Viena Edicions, 2024

326 pàgines



Emili de Balanzó (Barcelona, 1939 – Maó, 2020) va estar vinculat tota la seva vida al sector turístic de Menorca. Amb una dilatada activitat social i cultural, va ser regidor de l'Ajuntament de Maó (2007-2011) i escriptor. Aquest llibre és una selecció d'articles publicats als diaris *Última hora* i *Menorca*

entre el 2012 i el 2020: gairebé un centenar de textos de prosa eminentment literària, vigorosa i intimista alhora. Les temàtiques que aborda són diverses, però traspuen els seus amplis coneixements artístics i musicals, la generositat i la solidaritat, una visió irreverent i crítica envers el poder, la ironia estimul·lant i una capacitat d'enaltir la humilitat, la senzillesa i el silenci.

INTRODUCCIÓN AL USO DE LA IA EN PERIODISMO

Lorena Cano Orón i Amparo López Merí

Publicacions de la Universitat de València, 2024

116 pàgines



Una guia que ens endinsa en les conseqüències, l'impacte i les aplicacions de la intel·ligència artificial en l'àmbit periodístic. Entre altres avantatges, mostra com augmentar la productivitat i la qualitat dels continguts per alliberar el periodista de les tasques rutinàries que treuen temps per poder centrar-se en l'anàlisi i la recerca més exhaustives. Cal destacar l'espai de les aplicacions, com ara la redacció automatitzada de les notícies, la constatació i verificació dels fets, la personalització dels continguts i l'anàlisi de dades. Atesos els dubtes ètics que genera la IA en el camp periodístic, la guia destaca la importància d'establir codis de conducta en els mitjans per garantir la transparència, la protecció de dades i la deontologia professional.

COMMEMORACIÓ DELS QUARANTA ANYS DE L'ACPC

Juan Pablo Torrents-Faura (coord.)

ACPC, 2024

145 pàgines



L'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC) ha editat un llibre per commemorar els seus quaranta anys d'existència. Amb una generosa part gràfica, detalla tots els actes que

s'han celebrat arreu de Catalunya per festejar aquestes quatre dècades d'existència, des de la gala inaugural al Teatre del Liceu fins a la clausura al Palau de la Música. El volum incorpora una vintena d'articles signats per personalitats del món periodístic, acadèmic, empresarial i institucional. El president de la Generalitat, Pere Aragonès, o la presidenta del Parlament, Anna Erra; els periodistes Ramon Besa, Xavier Grasset o Jordi Grau; els degans de les facultats de Comunicació de la Pompeu Fabra, de l'Autònoma de Barcelona i de Blanquerna, Carles Pont, Enric Marín i Joan Sabaté, respectivament, i l'empresari Antonio Cañete, president de la PIMEC, han estat algunes de les signatures que acompanyen el llibre.

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 • —

UNA MIRADA A LA MEDITERRÀNIA

Del 4 d'agost al 13 d'octubre, Palafrugell va acollir la XIII edició de la Biennial de Fotografia Xavier Miserachs, un dels festivals de fotografia més antics de Catalunya. Una de les exposicions d'enguany va ser "La meua Mediterrània", de Toni Catany (Llucmajor, 1942 - Barcelona, 2013). La mostra combinava imatges dels seus viatges a Itàlia, Grècia, Turquia, Egipte, Israel i el Magrib, a més de Mallorca, amb textos de Josep Pla, escrits arran dels seus viatges per la seva mar. Més informació a www.biennalmiserachs.org. En aquestes pàgines, Alexandria l'any 1968.

Toni Catany

ENRIC SOPENA

El periodista Enric Sopena va morir el 7 de juliol als 78 anys. Nascut a Barcelona i format a la Universitat de Navarra, el 1983 es va incorporar a la direcció de TVE Catalunya, on va estar fins al 1985, quan va passar a ser director dels serveis informatius de la cadena. Posteriorment, també exerciria com a delegat a Madrid del *Diari de Barcelona*, que el 1989 va passar a dirigir durant poc més d'un any. El 1989 és nomenat director de Ràdio Nacional d'Espanya i el 1966, director general de COM Ràdio. També va exercir d'analista polític a T5, CNN+, TVE i RNE, a més d'articulista a *El Periódico*. Entre el 2005 i el 2017 va ser director d'ElPlural.com.

MARC BOADA

El científic i divulgador Marc Boada va morir el 16 de juliol als 60 anys. Nascut a Terrassa, va centrar la seva carrera en la divulgació científica, sobretot entre els més joves. Va ser cofundador de l'empresa Lambda Opto-mecànica, on van construir instruments per a la investigació òptica i telescopis astronòmics. També va fundar i dirigir Pèndulum Museografia Interactiva, des d'on va treballar en projectes museístics. Boada va col·laborar en mitjans de comunicació i es va fer popular quan, entre el 2008 i el 2011, va conduir el programa *Quèquicom* de TV3 i el canal 33, dels quals era assessor des del 2006. També era autor de llibres juvenils al voltant de temes científics.

ALFONS LLORENÇ

El periodista i polític Alfons Llorenç Gadea va morir el 17 de juliol als 73 anys. Nascut a Alcoi l'any 1951, va llicenciar-se en Filosofia i Lletres i es va doctorar en Filologia. El 1976 comença a treballar a la delegació territorial de TVE a València, on dirigeix programes com *Gent, terres i camins*, *Parle vosté, calle vosté* o *Esbós de ciutat* i on fa el guió de la primera emissió en valencià. També va preservar filmacions de notícies que la censura no volia que s'emetessin. Corresponsal a *Destino*, *Canigó* i *El Noticiero Universal* i col·laborador a *Las Provincias*, *Diario de València*, *Levante-EM* i *El País*, seria cap del gabinet de premsa del Consell del País Valencià i alcalde de Planes. El 2007 va obtenir el Premi Ramon Barnils de periodisme d'investigació i el 2012 el Premi de la Crítica dels Escriptors Valencians.

JOSEP MIQUEL SERVIÀ

El periodista, poeta, escriptor, assagista i advocat Josep Miquel Servià i Figa va morir el 8 d'agost als 81 anys a Palamós. Va estudiar Dret, Filosofia i Periodisme a la UB, i va completar la seva formació a Estrasburg, Niça, Lisboa i Beirut. Va exercir com a periodista per a la Presidència de la Generalitat i la Diputació de Barcelona i des dels anys vuitanta va col·laborar a l'*Avui*, *La Vanguardia*, *Punt Diari* i Catalunya Ràdio, on va ser el poeta del programa *El suplement* entre el 1991 i el 2003. Activista pels drets de les persones LGTBIQ+, va ser secretari general de l'Ateneu Barcelonès i president de Cultura d'Esquerra Republicana.

JOSEP MARIA PENA

Josep Maria Pena Domingo va morir el 17 d'agost als 63 anys en un incendi a casa seva a Tarragona. Havia començat als anys vuitanta a Ràdio Popular-COPE i a la SER de les comarques meridionals de Catalunya, com també a Tarragona Ràdio. Va treballar al *Nou Diari*, *El Punt Avui* i el *Diari Més*. També va ser assessor del grup municipal d'Iniciativa per Catalunya a l'Ajuntament de Tarragona.

JAUME SERRATS

Jaume Serrats i Ollé va morir el 17 d'agost als 80 anys, víctima d'un càncer. Nascut a Barcelona el 1944, es va iniciar a *El Correo Catalán* i *Téle Express*. Va ser director de *Catalunya Expres* (1976-1979), *Mundo Diario* (1980) i l'*Avui* (1982-1986). A TVE Catalunya, va dirigir i presentar *Tal com són* i a TV3 va presentar *Catalans*. També va ser el màxim responsable dels informatius de Catalunya Ràdio i director del centre territorial de TVE a Catalunya. Va ser director per a la Indústria de l'Audiovisual del Comissionat per a la Societat de la Informació i conseller i vicepresident del CAC. El 1987 va guanyar el Premi Gaziell de periodisme.

FELIPE IZQUIERDO

L'advocat i periodista Felipe Izquierdo i Téllez va morir el 26 de juliol als 70 anys, víctima d'un càncer que li havien diagnosticat el 2021. Fundador de la firma Izquierdo Asociados, es va llicenciar en Dret i en Ciències de la Informació per la UAB. A la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes, on estava adscrit des del 2018, va ser un col·legiat participatiu i amb un gran sentit de l'humor. La prova n'és el llibre que va publicar el 2023 amb el títol *Vàya hostia! Me pilló el càncer*.

LLUÍS REALES

Lluís Reales i Guisado va morir el 30 de setembre de manera sobtada als 62 anys. Llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB, va estar sempre vinculat al periodisme científic i cultural. Director del suplement "Ciencia y Salud" de *La Vanguardia* i cofundador del Grup de Periodistes Digitals, es va focalitzar en el mitjà televisiu, on va dirigir i presentar *Deuwatts*, *Einstein a la platja*, *Respira i Terrícoles*, tots a Betevé. També va dirigir la revista *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*.



Lluís Reales es va abocar a la informació científica. Foto: Betevé

CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

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

- » Com dissenyar i comunicar la teva Marca Personal en les xarxes socials
- » Optimització de SEO
- » Taller d'intel·ligència artificial: tècniques de generació de continguts per a periodistes
- » Practica el periodisme mòbil (Mojo)
- » Com parlar eficaçment en públic i amb els mitjans de comunicació
- » Taller de perfeccionament de locució de productes audiovisuals
- » El doble repte de comunicar sobre sostenibilitat
- » Despertar l'interès dels mitjans: Més enllà de la nota de premsa
- » Verificació a internet i xarxes socials
- » Aprofita ChatGPT, Copilot i Gemini en el departament de comunicació
- » Usa Canva de forma professional
- » Registre d'empresa en xarxes socials
- » Plataformes per a l'enviament de notes de premsa
- » Aprèn a planificar esdeveniments de forma professional
- » Tècniques de comunicació i expressió escrita
- » Eines de periodisme d'investigació
- » Aprèn a gravar i editar vídeos de qualitat amb el teu mòbil
- » Taller de Social Media Strategy
- » Perfecciona les teves habilitats com a formador/a
- » Com monetitzar el teu propi contingut
- » Com treballar amb influencers per a una campanya de comunicació
- » Comunicació interna aplicada
- » 15 claus per crear una newsletter d'èxit
- » Copilot i productivitat amb IA
- » Claus per a la redacció digital i de marca
- » Vídeo storytelling amb el mòbil per a les teves xarxes socials
- » Com convertir-te en dircom? Descobreix les funcions i tasques de direcció de comunicació
- » Elaboració d'un pla de comunicació
- » Anàlisi social per a mesurar rendiment
- » Introducció al protocol per a comunicadors
- » E-mail màrqueting amb Mailchimp
- » Crea continguts SEO amb ChatGPT: Atrau i connecta amb la teva audiència
- » Com gestionar una crisi en totes les seves etapes. Nivell avançat
- » Escriptura creativa per a copys, newsletters i xarxes socials
- » Creació d'imatges amb Intel·ligència Artificial



JUNY

1 de juny

HOMENATGE HISTÒRIC. Reconeixen la trajectòria de Joan Cercós, històric sindicalista i dirigent d'Unió de Pagesos, en un dinar amb la presència del president de la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes, Josep Baubí, i de l'alcalde d'Amposta, Adam Tomàs. Baubí recorda la bona entesa amb Cercós, de qui diu que és un home "proper" i de qui sempre era fàcil poder obtenir informació, sobretot pel que fa al sector de l'arròs.

5 de juny

45 ANYS DE REGIÓ 7. El diari *Regió 7* celebra el seu 45è aniversari a la Torre Busqueta de Manresa. La commemoració reuneix lectors, col·laboradors, anunciants i periodistes del territori. Aitor Moll, conseller delegat de Prensà Ibérica, recorda els orígens de *Regió 7*. També hi intervenen l'històric director de la capçalera, Gonçal Mazcuñán, i l'actual director, Marc Marcé.



Foto: Mireia Arso / Regió 7

Autoritats i responsables del diari durant l'acte.

6 de juny

PÀMIES OBRE FOC. El Col·legi de Periodistes de Catalunya inaugura el seu Club de Lectura, una iniciativa per fomentar la lectura i promoure el diàleg i perquè els periodistes puguin fer xarxa. El Club de Lectura, que es reunirà cada dos mesos amb un autor per comentar el llibre seleccionat del mes, serà obert a tots els periodistes col·legiats. Les trobades es faran a la seu de Barcelona però també es podrà participar en línia. L'encarregat d'obrir el club és l'escriptor Sergi Pàmies, a través de la seva col·lecció de contes *A les dues seran les tres* (Quaderns Crema), una fusió d'experiències, memòries i reflexions.

RÈCORD D'INVESTIGADORS. El Congrés Internacional de Recerca en Comunicació rep cinquanta-vuit comunicacions científiques d'un centenar d'inves-

tigadors provinents d'una trentena d'universitats. Es tracta d'una xifra rècord i les comunicacions seran publicades a la *Revista de Recerca i Anàlisi*. El congrés és organitzat per la Societat Catalana de Comunicació, que aquest any commemora el seu 40è aniversari.

12 de juny

LES CANÇONS D'ARTURO GAYA. El periodista i músic Arturo Gaya presenta a la seu de la demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes el seu últim treball, *Ets tan pobre que només tens diners*, un disc en el qual canta a Abu Bakr al-Turtuxí, un intel·lectual de la Tortosa musulmana del segle XI. Gaya fa servir textos traduïts i adaptats a la mètrica catalana per Miquel Àngel Llorenç. La roda de premsa ha estat presentada per Josep Baubí, president de la demarcació de les Terres de l'Ebre, el qual celebra que el cantautor ebrenc no hagi abandonat mai l'ofici de periodista.



Foto: Demarcació Terres de l'Ebre

Gaya, tercer per l'esquerra, durant la presentació.

13 de juny

PREMI A L'ENTUSIASME. La periodista Conxita Casanovas rep el Premi Nacional de Periodisme Cultura, que entrega el Ministeri de Cultura. El jurat considera que Casanovas mereix el guardó pel seu "incansable entusiasme i continuada atenció, des de la ràdio pública fins al món del cinema". Aquesta comunicadora fa quaranta anys que desenvolupa la seva tasca a Ràdio Nacional d'Espanya (RNE), on presenta el programa *Va de cine*.

LLIUREN LES PETXINES. El Teatret del Serrallo acull la 32a edició de la Festa de les Petxines de la Informació, que organitza la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes. L'acte és presentat per Ricard Buigues i Marta Ferré. La Petxina Daurada és per a Berta Ramos, en senyal de reconeixement a la seva trajectòria professional de més de quaranta anys

i la seva defensa dels drets de les dones, mentre que l'Oberta, que reconeix la font informativa que ha atès amb rigor i diligència els periodistes, és per a la Universitat Rovira i Virgili. La Petxina Tancada, que vol ser un toc d'atenció a una font per dificultar la feina dels mitjans, és per a Port Aventura, mentre que la de KM 0 és per a les diades castelleres de TAC12, per les retransmissions amb periodistes especialitzats i el gran desplaçament tècnic.



Foto: David Oliete

Imatge de família dels guardonats.

15 de juny

MÚSICA DEL CENTENARI. El Conservatori de Música Isaac Albéniz de la Diputació de Girona crea una orquestra formada per músics no professionals que es presenta oficialment amb tres concerts d'homenatge al centenari de la ràdio a Catalunya. L'espectacle compta amb la col·laboració de la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes. L'església de Sant Feliu de Lladó acull un concert que s'inspira en els antics programes de ràdio, que combinaven les intervencions dels locutors amb la música en directe.

17 de juny

PERIODISTA I SACERDOT. El Col·legi de Periodistes acull un acte en homenatge al periodista i sacerdot Pere Pascual Piqué, mort el 17 d'abril als 88 anys. L'homenatge és organitzat per un grup d'excompanys periodistes que volen reconèixer i honorar la seva figura. Pascual va començar la seva trajectòria periodística a *El Correo Catalán*, l'any 1964.



Foto: Jofaigfotos

Pascual Piqué en una imatge d'arxiu.

EL VÍDEO GUANYA TERRENY. L'Institut Reuters de la Universitat d'Oxford publica el *Digital News Report* d'enguany, que mostra una preferència pel vídeo com a format principal per consumir notícies. També detecta una creixent intoxicació informativa, amb notícies falses, així com una preocupant pèrdua d'interès en les notícies. El *Digital News Report* és l'estudi més exhaustiu sobre el consum de notícies global.

18 de juny

LA SALUT MENTAL IMPORTA. La psicòloga Glòria González imparteix a Barcelona un curs sobre com gestionar les emocions i el pensament per garantir la bona salut mental i emocional dels periodistes. Aquesta iniciativa de la junta de govern del Col·legi de Periodistes s'emmarca en una estratègia per posar al centre la salut mental dels comunicadors, sovint afectats per la pressió i l'estrès de la professió.

L'EDAT NO IMPORTA. La fundació HelpAge Internacional Espanya, l'associació SomSeniors i el Col·legi de Periodistes presenten una nova guia que pretén adaptar la comunicació envers les persones de més de 65 anys i sensibilitzar sobre aquesta qüestió. L'acte compta amb la presència del degà del Col·legi, Joan Maria Morros. Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), el nombre de persones amb 65 anys o més suposa prop del 20% de la població espanyola. Aquesta guia presenta unes recomanacions per eliminar els estereotips sobre l'edatisme, a més de dedicar un apartat específic per a les dones grans i els mitjans.

19 de juny

BONET RELLEVA JORDI MARGARIT. L'assemblea de la cooperativa Ràdio Associació de Catalunya escull Neus Bonet com a presidenta. Bonet pren el relleu del periodista col·legiat Jordi Margarit, que havia exercit de president fins ara. Entre els anys 2014 i

2019 Bonet va ser degana del Col·legi de Periodistes i, anteriorment, vicedegana durant el mandat de Josep Maria Martí.



Foto: RAC

Neus Bonet i Jordi Margarit.

NOVA REGULACIÓ DELS QUIOSCOS. L'Ajuntament de Barcelona aprova una nova regulació que permet que els quioscos de premsa de la ciutat amplii la seva oferta de productes i serveis. Tot i que l'activitat principal continuarà sent la venda de diaris i revistes,

io Instituts
Odontològics

Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Programa de salut bucodental d'IO

20%^{DTE-EN}
TOTS ELS
TRACTAMENTS

HIGIENE GRATUÏTA

(Subjecta a prescripció mèdica)

Primera revisió gratuïta
900 800 850
www.ioa.es



Escaneja'm i
demana cita!

les principals novetats són la venda de records, aigua i refrescos i, també, de menjar envasat que no requereixi cap manipulació. El nou plec té vigència fins al 2030. Cal recordar que el Col·legi de Periodistes gestiona una dotzena de quioscos a Barcelona per una concessió administrativa de l'Ajuntament.

20 de juny

DEBAT SOBRE TARRAGONA. El Col·legi de Periodistes participa en un debat sobre els reptes de futur del Camp de Tarragona al Palau Bofarull de Tarragona. Hi participa Esteve Giralt, president de la demarcació del Col·legi, en una activitat organitzada per Unió de Pagesos. L'acte també compta amb la presència de la presidenta de la Diputació de Tarragona, Noemí Llauredó.

FIGUERES, GUARDONAT. L'historiador, escriptor i professor d'Història del Periodisme Català de la UAB, Josep Maria Figueres, és un dels guardonats de la 1a edició dels nous Premis Sant Cugat de l'Any, que són hereus dels anteriors Premis Ciutat de Sant Cugat, que s'havien deixat de celebrar entre el 2019 i el 2023. Figueres, santcugatenc, és guardonat juntament amb nou entitats i personatges del municipi. Figueres també és guardonat amb el Premi Extraordinari Sant Cugat 2023 per la seva trajectòria, guardó que rep per part de l'alcalde, Josep Maria Vallès.



Foto: Lali Puig / Aj. de Sant Cugat

Figueres, amb el Premi Extraordinari.

21 de juny

MÉS PERIODISTES INVESTIGATS. El jutge Joaquín Aguirre, que investiga la suposada trama russa del Procés, investiga els periodistes Carles Porta i Natàlia Boronat. El magistrat creu que Porta coneixia la presumpta ingerència russa, mentre que acusa Boronat de facilitar una trobada entre l'empresari Víctor Terradellas i un intermediari del Kremlin quan era corresponsal de Catalunya Ràdio a Moscou.

26 de juny

4.236 COL·LEGIATS. El Col·legi de Periodistes continua creixent i arriba a la xifra rècord de 4.236 periodistes col·legiats, la més alta dels darrers anys. Així s'explica durant l'Assemblea General Ordinària d'enguany, en la qual s'aproven per unanimitat tots els punts del dia, com els comptes anuals de l'exercici 2023 i el pressupost del 2024. La trobada també serveix per posar de manifest les accions més rellevants que el Col·legi ha portat a terme l'últim any.



Foto: CPC

Un moment de l'Assemblea General.

RENDÓN, ABSOLTA. El Tribunal Superior de Justícia d'Andalusia (TSJA) absol la periodista de *Huelva Información* Raquel Rendón, que havia estat condemnada per l'Audiència de Huelva a dos anys de presó per publicar el 2018 notícies sobre l'assassinat de Laura Luelmo que es nodrien d'informació del sumari judicial del cas. Ha estat la primera periodista condemnada a presó per un fet com aquest.

27 de juny

UN FUTUR DE LA RÀDIO EN FEMENÍ. La periodista col·legiada Sílvia Espinosa guanya la 3a edició de la Beca d'Investigació Montserrat Minobis, dotada amb 5.000 euros, pel projecte *Dones de ràdio, la generació Z*, que vol entendre com serà la ràdio del futur a través del punt de vista de les dones joves que hi treballen. La beca és convocada per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya i el Col·legi de Periodistes.



Foto: UdG

Sílvia Espinosa, premiada.

L'EXTREMA DRETA TREU EL CAP. La demarcació de les Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes organitza una nova edició de Periodisme Sud, en la qual es parla de l'auge de l'extrema dreta i la responsabilitat del periodisme en tot plegat. Hi participen els periodistes Emma Zafón i Rubén Lombarte, en un col·loqui moderat pel periodista ebrenc Oriol Gracià, a la seu de la demarcació col·legial, a Tortosa. Seguidament, té lloc el tradicional sopar d'estiu entre periodistes del territori.

28 de juny

DEBAT ESPORTIU. Els periodistes Joan Maria Pou i Ricard Torquemada, que fa un quart de segle que segueixen els partits del Barça a RAC1 i Catalunya Ràdio, participen en una xerrada sobre periodisme que té lloc a l'Ajuntament de Berga. Es tracta d'un acte impulsat per l'empresari i comunicador Xavier Gual i el consistori berguedà, en el marc d'un cicle de xerrades en els quals participa la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes.



Foto: Josep Rhys Vidal

Un moment de l'acte, a Berga.

JULIOL

4 de juliol

EL QUID DE LA QÜESTIÓ. El Grup de Treball de Periodisme Solidari debat sobre l'auge de la ultradreta a Europa després de les eleccions europees, en les quals les formacions ultrs van viure un fort augment de vots. Aquest és el tercer debat que el grup celebra per abordar l'auge de la ultradreta i la reacció de la professió. Hi participen el periodista expert en la matèria Xavier Rius Sant i l'activista Maria Dantas. Modera el debat el periodista Joan Palomés.

UN SEGLE DE PLANES. Coincidint amb el centenari de la publicació del primer article signat del periodista i escriptor manresà Josep Maria Planes, assassinat durant la Guerra Civil pels anarquistes, diferents

entitats de Manresa i la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes organitzen tres actes d'homenatge, consistents en una taula rodona i una lectura dramatitzada. El record consistirà en una taula rodona, una lectura pública i una lectura dramatitzada que es faran els dijous 4, 11 i 18 de juliol. El primer article de Planes va ser publicat el 19 de juliol del 1924 i va aparèixer a les pàgines del diari *El Pla de Bages*. Titulat "Guimerà, figura popular", el periodista el dedicava al dramaturg, traspassat el dia abans, i del qual també se celebra aquest 2024 el centenari de la seva mort.

FOTOGRAFIA COMPROMESA. El Refugi 1 del Moll de Costa del Port de Tarragona acull fins al 25 d'agost l'exposició "Premi de Fotoperiodisme Camp de Tarragona", que reuneix les instantànies presentades a la 36a edició del Premi de Periodisme Mañé i Flaquer, en la categoria de fotoperiodisme. Aquests guardons els organitza l'Ajuntament de Torredembarra i la

demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes, amb el patrocini de Repsol i la col·laboració del Port de Tarragona.

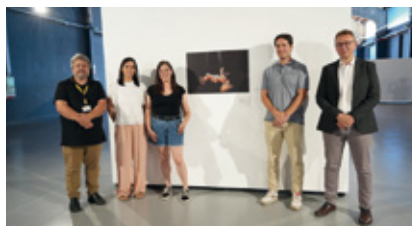


Foto: CPC Tarragona

Un moment de la inauguració.

5 de juliol

CURA AMB LA INFORMACIÓ. El Col·legi de Periodistes i el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) demanen no vincular la violència amb l'origen ètnic, després dels crims de Girona, al barri de la Font de la Pólvara. Tot plegat, argumenten, per evitar la discri-

minació i l'estigmatització dels col·lectius. "Insistim en el compromís ètic dels periodistes per a una informació veraç i respectuosa amb la diversitat", proposen.

9 de juliol

MEDITERRÀNIA FEMINISTA. Surt el primer número de *Comunicar la Mediterrània amb mirada feminista*, un butlletí de la Xarxa Europea de Dones Periodistes, que neix com a continuïtat de la trobada de dones periodistes de la Mediterrània, celebrada a Barcelona a finals del 2021. El butlletí busca continuar teixint complicitats entre dones periodistes de les dues ribes de la Mediterrània. S'edita en català, castellà i anglès, i el segon número està previst per al mes de novembre. El projecte compta amb el suport de la Conselleria d'Igualtat i Feminismes de la Generalitat de Catalunya.

Barcelona

Districte 4.0

On anticipem el
què.

On reinventem
el com.

Un espai d'innovació tecnològica on més de 300 empreses impulsen la indústria 4.0 i generen oportunitats promovent el talent i el progrés de la regió metropolitana de Barcelona.

ZF | CONSORCI
barcelona
ZONA FRANCA

DFACTORY
BARCELONA

10 de juliol

RELLEU A RSF. Thibaut Bruttin és nomenat nou director general de Reporters Sense Fronteres (RSF). Succeeix en el càrrec a Christophe Deloire, que va morir el 8 de juny passat, després de dotze anys al capdavant de l'organització. Bruttin fa anys que està vinculat al col·lectiu i ha contribuït a tirar endavant iniciatives com la Journalism Trust Initiative, així com l'ajuda per evacuar periodistes afganesos després del retorn dels talibans.



Foto: RSF

Bruttin, nou responsable de RSF.

PREMIS AL CORATGE. La Federació Internacional de Periodistes i la Unió Internacional de Premsa Francòfona creen el Premi Shireen Abu Akleh, en honor a la periodista palestina que va ser assassinada el maig del 2022 per forces de l'exèrcit israelià. El guardó es crea en resposta a les amenaces creixents i riscos que afronten les periodistes. El premi està dotat amb 5.000 euros i tindrà una periodicitat anual. Hi poden optar dones professionals de la informació de tot el món.

11 de juliol

GERMANOR GIRONINA. El 14è Sopar de Periodistes de Girona reuneix una setantena de professionals giro-nins per donar la benvinguda a l'estiu, en una trobada que té lloc al restaurant La Rosaleda. La vetllada serveix per fer xarxa entre els companys i relaxar-se abans de l'arrencada de les vacances d'estiu, amb fotografia de grup inclosa.



Foto: Jordi Ribot

Foto de grup dels assistents al sopar.

TORNEN A CASA. El periodista de *La Directa* Jesús Rodríguez; l'exdiputat Ruben Wagensberg; la secretària general d'ERC, Marta Rovira; Oleguer Serra, membre destacat d'Òmnium, i l'empresari Josep Campmajó tornen a Catalunya, des de Suïssa, després que el jutge García-Castellón arxivés la causa que l'Audiència Nacional tenia oberta contra ells pel cas del Tsunami Democràtic.

SET VOLUMS D'HISTÒRIA. Amb motiu de la celebració del centenari de la ràdio a Catalunya, el periodista radiofònic Luis Segarra presenta al Col·legi de Periodistes els set volums —de més de 400 pàgines cadascun— de la monumental obra *100 años de radio en Barcelona*. Cinto Niqui, històric periodista de Ràdio 4, presenta l'acte conjuntament amb Segarra.



Foto: Twitter

Segarra amb els set volums de l'obra.

16 de juliol

SOLIDARITAT AMB BUTKEVYCH. La filial catalana de la Xarxa Europea de Solidaritat amb Ucraïna, en col·laboració amb el Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes, acullen una conferència de premsa per solidaritzar-se amb el periodista ucraïnès Maksym Butkevych de la BBC en el dia del seu aniversari. Aquest va ser capturat per les tropes russes, quan les combatia durant la invasió del seu país, i torturat.

17 de juliol

GARANTIR LA TRANSPARÈNCIA. El president del govern, Pedro Sánchez, presenta al Congrés una bateria de mesures per fomentar la transparència dels mitjans de comunicació i poder saber, entre altres, qui els finança. El Col·legi de Periodistes i el Consell de la Informació ho consideren "un bon punt de partida" i demanen al govern participar en les mesures proposades.

18 de juliol

PREMI A VIDAL-FOLCH. El veterà periodista Xavier Vidal-Folch guanya el Premi Ernest Udina a la Trajectòria Europeïsta. Es tracta d'un reconeixement que atorga l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya, amb el suport del Col·legi de Periodistes. Vidal-Folch és col·legiat i columnista d'*El País*. El programa *Tot Europa* de Ràdio 4, dirigit per Francesc Cruanyes, rep una menció honorífica.



Foto: Gianluca Battista

Xavier Vidal-Folch, guardonat.

19 de juliol

NO SÓN MENES. El Col·legi de Periodistes i el Consell de la Informació de Catalunya fan una crida als mitjans de comunicació que encara utilitzen el terme *menes* per designar els menors estrangers no acompanyats perquè abandonin aquest acrònim en benefici d'altres expressions que no els converteixin en el blanc dels discursos d'odi de la ultradreta.

20 de juliol

EN RECORD DE MINOBIS. L'Ajuntament de Barcelona dedica un espai a la periodista Montserrat Minobis. Està ubicat als jardins de l'interior d'illa entre els carrers Casp, Gran Via, Pau Claris i passeig de Gràcia de la capital catalana, on hi havia l'antic cinema Novedades. El consistori reconeix així la trajectòria de la comunicadora i el seu compromís feminista.



Montserrat Minobis en una imatge d'arxiu.

Els col·legiats us
podeu endur fins a
5 documents en
préstec durant 21 dies!



Consulta les novetats
bibliogràfiques
de la tardor 2024 en
aquest codi QR



JA SIGUI PER FEINA O PER PLAER, LLEGEIX!

El Centre de Documentació Montserrat Roig és un dels teus llocs de referència si vols estar al dia de les publicacions sobre periodisme i comunicació a Catalunya.

Més de **8.600 documents especialitzats**, en servei de consulta i préstec.

Més de **60 bibliografies** en línia per a la formació i el reciclatge professional.

Espai de treball tranquil i acollidor amb wifi i ordinadors.

Gestió de **llegats personals** de periodistes.

Repositori digital amb les publicacions, esdeveniments, etc. del Col·legi i del Consell de la Informació de Catalunya.

Accés obert en línia a les **col·leccions digitalitzades** del fons històric i editorial del Col·legi.

Atenció personalitzada, presencial i en línia.

Contacta'ns a documentacio@periodistes.cat
O bé presencialment (informa't abans dels horaris!) a la seu de Barcelona i de les demarcacions de Girona, Lleida, Terres de l'Ebre, Tarragona i Catalunya Central.



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**
CENTRE DE
DOCUMENTACIÓ
MONTSERRAT ROIG

periodistes.cat/serveis/centre-de-documentacio-montserrat-roig

25 de juliol

PARLEN ELS JOVES. Els mitjans Reusdigital i LANOVA Ràdio de Reus, amb la col·laboració de la Fundació Privada Reddis i el Col·legi de Periodistes, convoquen la 8a edició del Premi de Periodisme Jove Joan Marc Salvat, en memòria d'aquest periodista que va morir als 27 anys. Els guardons reconeixen l'honestetat, el compliment del codi deontològic i la capacitat d'emprenedoria del jovent en l'àmbit del periodisme. En el marc d'aquests guardons també es convoca el 4t Premi de Periodisme Xavier Joanpere Olivé, adreçat a treballs periodístics de temàtica social o que s'englobin dins els camps de la cooperació, la llibertat dels pobles i el medi ambient.

AGOST

1 d'agost

ALLIBERAT PER PUTIN. El periodista i polític Pablo González, que treballa per a diferents mitjans, és inclòs en un intercanvi de presoners entre els Estats Units i Rússia. González va ser acusat per Polònia d'espitar per als russos a l'inici de la guerra a Ucraïna. Des d'aleshores ha estat detingut en una presó polonesa. González, nascut a Rússia, és rebut al Kremlin per Putin amb tots els honors.



Foto: Pablo González

González, en una imatge d'arxiu.

2 d'agost

ASSETJAMENT A ALTAFULLA. Des de fa quatre anys diversos professionals de la comunicació d'Altafulla reben habitualment insults, amenaces, vexacions i violacions del dret a la intimitat a través de les xarxes socials per part d'usuaris anònims i perfils públics. Així ho constata la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes, que condemna aquests actes perquè tenen un impacte greu en el dia a dia d'aquests professionals. El Col·legi exigeix l'aturada immediata del ciberassetjament i fa una crida a ciutadans, partits polítics i administracions a contribuir per posar fi a aquesta forma de violència.

5 d'agost

PROJECT OASIS CREIX. La iniciativa Project Oasis Europe, que va néixer el 2022 i que inclou un directori de més de 500 mitjans de comunicació de quaranta-quatre països europeus, es fa global i incorpora mitjans de l'Amèrica Llatina, el Canadà i els Estats Units. En total, 3.238 organitzacions de mitjans, així com creadors de notícies i periodistes a l'exili, s'incorporen a aquest directori, que vol promoure un periodisme més transparent. De tots els registrats que actualment hi ha a Project Oasis, noranta-quatre són d'Espanya.



Un acte del projecte Oasis.

Foto: Project Oasis

15 d'agost

REPRESSIÓ A L'AFGANISTAN. Reporters Sense Fronteres (RSF) alerta que des de la tornada oficial dels talibans al poder a l'Afganistan, l'agost del 2021, almenys 141 professionals de la informació han estat detinguts, torturats o engarjolats. L'organització condemna aquesta xifra i parla d'una "espantosa repressió" d'un règim "que pretén suprimir qualsevol crítica".

16 d'agost

CANVIS AL GOVERN. El periodista Francesc Santiago és el nou cap de l'Oficina de Comunicació de la Generalitat. El càrrec d'aquest professional de la informació torderenc, que des del 2006 havia treballat als equips de premsa de l'Ajuntament de Barcelona, depèn del Departament de la Presidència, liderat pel conseller Albert Dalmau. Santiago substitueix la danesa Helle Kettner.



Santiago, de l'Ajuntament a la Generalitat.

20 d'agost

ASSETJATS. El portaveu de la família del nen d'11 anys que va ser assassinat a Mocejón, un poble de Toledo, denuncia assetjament a les xarxes socials per part d'ultres. La família de l'infant mort havia demanat que aturessin les *fake news* sobre l'assassinat, que alguns grups d'extrema dreta vinculaven a mi-

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



grants sense cap prova. I és que el presumpte autor de l'apunyalament no té cap vinculació amb el col·lectiu migrant.

25 d'agost

REFUGI FOTOGRÀFIC. El Refugi 1 del Port de Tarragona tanca l'exhibició de les fotografies presentades en la 36a edició del Premi de Periodisme Mañé i Flaquer, en la categoria de Fotoperiodisme. La mostra ensenya trenta-set imatges vinculades informativament a la regió. El certamen és organitzat per l'Ajuntament de Torredembarra i la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes i compta amb el patrocini de Repsol. Les fotografies permeten apropar-se a alguns dels fets més mediàtics de les comarques tarragonines entre l'1 de setembre del 2022 i el 30 de setembre del 2023.

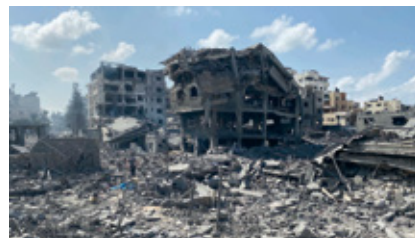
26 d'agost

NOVA DIRCOM AL GOVERN. Cristina Farrés, fins ara directora del mitjà digital *Crónica Global*, és la nova directora de comunicació del govern de Salvador Illa. Es tracta d'un càrrec de nova creació que ocuparà aquesta periodista de 39 anys, germana de l'actual alcaldessa de Sabadell, Marta Farrés.



Cristina Farrés, al govern d'Illa.

ESFEREÏDORA XIFRA. Davant els nombrosos civils i periodistes que han mort a la guerra a Gaza, que ja acumula un any de conflicte, Reporters Sense Fronteres així com una seixantena d'organitzacions demanen a la Unió Europea que suspengui l'acord d'associació amb el país hebreu i, també, que adopti una sèrie de sancions per condemnar les morts i els continus atacs a la llibertat de premsa per part de l'exèrcit israelià.



Una imatge de destrucció a Gaza.

Foto: APA Image



CONVOAPP

L'agenda de rodes de premsa del camp de tarragona

Descarrega-la aquí



Android

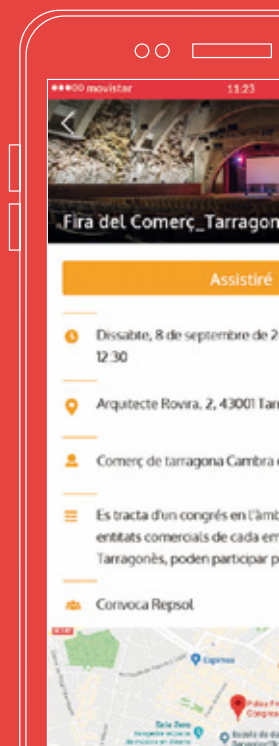


iOS

Més informació a:

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

Amb el suport de:



— • COM ENS VEU... JUDIT CANELA • —



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 PRO

El compte que tracta amb rigor i serietat els diners dels PROfessionals amb el qual tindràs accés als principals serveis i productes que necessitis en el dia a dia.

Si vols conèixer tots els avantatges que t'ofereix el Compte Sabadell 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.