

♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Octubre 2016 · Núm. 173 · 4 €



REDACCIONS EN TRANSFORMACIÓ

Cada cop més mitjans aposten per una estructura multimèdia, transversal i sense seccions

Saps què vol dir formar part del Dow Jones Sustainability Index?

El reconeixement a la feina de molta i molta gent

CaixaBank no tan sols ha tornat a ser inclosa entre les empreses més responsables del món, sinó que **ha superat la puntuació de l'any passat en l'indicador més exigent i prestigiós: el Dow Jones Sustainability Index.**

Aquest índex qualifica amb el màxim rigor les empreses per la **gestió social i mediambiental i pel bon govern corporatiu.**

Per això, volem donar les gràcies a tots els qui fan que el compromís que tenim amb els clients i la societat vagi, cada dia, més lluny.

MEMBER OF

**Dow Jones
Sustainability Indices**

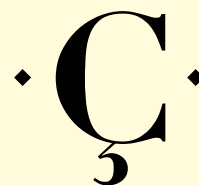
In Collaboration with RobecoSAM ●●



CaixaBank



Patrocinador de
l'Equip Olímpic



DOSSIER
REDACCIONS EN TRANSFORMACIÓ

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 173

05 CARTA DE LA DEGANA
PÈRDUES IRREPARABLES
TEXT Neus Bonet Bagant

06 REPORTATGE
AQUELL APARELL DEL PASSAT
TEXT Nereida Carrillo
IL·LUSTRACIÓ Anna Falcó

10 REPORTATGE
PUNT DE MIRA
TEXT Laura Saula
FOTOS Xavier Gómez

16 ENTREVISTA
CRISTINA GALLACH
TEXT Jordi Rovira
FOTO Sergio Ruiz

20 REPORTATGE
UNA PERIODISTA *UNA MICA ESPECIAL*
TEXT Julià Guillamon

24 REPORTATGE
GABINETS D'EXPERTS
TEXT Carme Escales
FOTOS Sergio Ruiz

30 REPORTATGE
QUAN ELS PERIODISTES VAN SER ELS
PROPIETARIS DEL SEU DIARI
TEXT Xavier Martí i Ylla

34 DOSSIER
EL COR DE LES REDACCIONS
TEXT Josep Carles Rius
FOTOS DOSSIER Vicente Pruna

38 DOSSIER
L'OCÀS DE LES SECCIONS
TEXT Òscar García

42 DOSSIER
EL TABÚ DE L'EXTERNALITZACIÓ
TEXT Mar Calpena

46 DOSSIER
ALGORITME, REDACTOR EN CAP
TEXT Adrián Caballero

50 REPORTATGE
APRENENTS DE DEMÒCRATES
TEXT Joaquim Roglan
FOTO Vicente Pruna

54 REPORTATGE
VÍCTIMES DE L'EXILI
TEXT Josep M. Figueres

60 PERIODISME AL MÓN
PER QUÈ NECESSITO ANUNCIS?
TEXT Lina María Aguirre Jaramillo

68 WEBS / LA XARXA
Àlex Barnet

70 LLIBRES
Elena Serrano

72 LA FOTO
Inge Morath

74 OBITUARIS

76 DIA A DIA
Sara Masó

82 COM ENS VEU...
Josep Homs

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira
CONSELL EDITORIAL Neus Bonet, Francesc Canosa, Núria de José, Xavier Puig, Marc Vidal
CORRECTOR Jordi Sales
DOCUMENTACIÓ Carme Teixeiro
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
PUBLICITAT Xavier Fuertes
FOTO PORTADA Sergio Ruiz

REDACCIÓ
Col·legi de Periodistes de Catalunya
Rambla de Catalunya 10, principal
08007 Barcelona
T 93 317 19 20
comunicacio@periodistes.org
www.periodistes.org

DEMARCACIONS
Nou del Teatre, 1, 2on, 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
Plaça Ramon Cabrera, 7, 1r · 43500 Tortosa,
Terres de l'Ebre T 690 753 038
Plana de l'Om, 6, 1er · 08241 Manresa
T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN
DEGANA Neus Bonet
VICEDEGANS Marc Vidal, Sara Sans, Rafael Gimena, Sílvia Tejedor, Joan Ventura i Gonçal Mazcuñán
SECRETARI Jordi Navarro
TRESORER Josep Maria Martí
VOCALS Enric Badia, Jordi Basté, Juan Garcia Bausa, Ramon Besa, Francesc Canosa, Sílvia Cobo, Núria de José, Laura Fanals, Laia Forès, Teresa Turiera, Mònica López Ferrado, Ismael Nafria, Alicia Oliver, Carles Prats, Jesús Rive-rola, Raquel Sans, Jaume Serra i Esteve Giralt
GERENT Xavier Fuertes

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89
ISSN 1135-1047
IMPRESSIÓ Ingoprint, SA



**VI Congrés
de Periodistes
de Catalunya**

11 de novembre de 2016
Palau Macaya
Barcelona

Reflexionem sobre el moment actual que viu la informació. Reivindiquem el periodisme en majúscules. Redefinim la nostra professió. Recuperem la credibilitat i el respecte. Repensem el codi deontològic que inspira les nostres accions.

Inscripcions a www.congresperiodistes2016.cat

Organitza



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Entitat col·laboradora



Obra Social "la Caixa"

Soci tecnològic

NAN-tic

PÈRDUES IRREPARABLES



Ja massa sovint, aquesta carta em serveix per recordar persones que ja no hi són. Les que han marxat massa aviat. Avui i aquí ploro la pèrdua d'alguns d'ells.

Primer, va ser Pilar Casanova, companyes a la Junta amb el deganat d'en Josep M. Martí. Al guanyar les eleccions va dir que havia "guanyat la candidatura audiovisual" i era cert perquè la majoria treballàvem a la televisió o a la ràdio. Aquesta frase seva fou l'arrencada de grans discussions sobre com el periodisme s'anava transformant, dels canvis d'hàbits dels usuaris i de com les tecnologies estan modelant noves formes de treballar. Sempre la recordaré pel seu esperit combatiu, lluitador i pel permanent somriure. Vàrem viure una de les etapes més tempestuoses del Col·legi i ella sempre hi va ser. Resolutiva i contundent, convencida per la passió amb què defensava el periodisme. En accedir al deganat, li vaig demanar ser els ulls i les orelles del Col·legi a Madrid i mai, mai va tenir un no. Et trobaré molt a faltar, Pilar. Molt.



Fotos: CPC / La Xarxa / Ana Jiménez

Però quan encara estàvem assumint la pèrdua de la Pilar, ens van arribar dos nous cops colpidors. En només un dia de diferència ens van deixar Lluís Sierra i Narcís-Jordi Aragó. El primer era el

HEM PERDUT L'ESPERIT COMBATIU DE LA PILAR CASANOVA, LES CRÒNIQUES D'EN LLUÍS SIERRA I EL MESTRATGE D'EN NARCÍS-JORDI ARAGÓ

cronista dels barcelonins i una persona que, al llarg de quaranta anys d'ofici, va caure bé a tothom. Un gran professional i una gran persona. El mateix podem dir de Narcís-Jordi Aragó, mestre de periodistes a qui devem l'impuls del Col·legi a Girona. En poc temps, doncs, hem perdut, l'esperit combatiu de la Pilar Casanova, les cròniques barcelonines d'en Lluís Sierra i el mestratge d'en Narcís-Jordi Aragó.

Però... seguim. D'aquest número de la revista us recomano la reflexió al voltant de les agressions de què són objecte massa sovint periodistes i fotoperiodistes. Últimament, han augmentat

per part dels qui diuen no sentir-se representats pels mitjans. Cal reflexionar i analitzar com fem la feina però, dit això, és intolerable agredir els que treballen a peu de carrer i pretendre imposar un criteri, una visió, a base de cops, amenaces i insults. Des del Col·legi, seguirem denunciant les agressions tants cops com faci falta i les nostres portes estaran sempre obertes per ser punt de trobada, reflexió i diàleg.

Pareu també atenció a l'extracte del llibre *Periodismo en reconstrucción* del company i exdegà Josep Carles Rius, una crítica necessària i sense concessions sobre molts mitjans del nostre país. Imprescindible. I aprofiteu, a més, per conèixer una periodista,

Rosa Maria Arquimbau, que Julià Guillamon ha rescatat de l'oblit en què, lamentablement, sempre cauen les dones.

Aprofito finalment l'ocasió per informar-vos que l'11 de novembre farem el sisè Congrés de Periodistes de Catalunya. Serà una magnífica ocasió per reflexionar tots plegats

sobre el moment actual que viu la professió, reivindicar el periodisme en majúscules, redefinir la nostra feina, recuperar la credibilitat i el respecte al nostre ofici i repensar el codi deontològic que inspira les nostres actuacions. Per això ja us demano que us reserveu aquesta data. M'agradarà saludar-vos personalment.

Ben cordialment,

Neus Bonet Bagant

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

degana@periodistes.org



AQUELL APARELL DEL PASSAT

El consum de televisió tradicional cau entre els joves

TEXT NEREIDA CARRILLO
IL·LUSTRACIÓ ANNA FALCÓ

Els joves consumeixen audiovisual, però no a la televisió del menjador. Les noves generacions ho fan a l'ordinador de l'habitació o bé a la tauleta o al telèfon mòbil. No volen imposicions de la graella ni tampoc acordar el que miren amb els progenitors. Internet, en canvi, els proporciona més llibertat, continguts elaborats per a joves i un llenguatge nou.

No els atreuen les pantalles de 37 polzades. Les de 46 o 54 tampoc no els diuen res. Els joves i adolescents veuen la televisió, aquell aparell que presideix els menjadors de totes les cases, com un vestigi del passat. Per al consum audiovisual, prefereixen pantalles molt més petites, de 13, 8 o 6 polzades. Ara bé, la predilecció per l'ordinador, les tauletes i els telèfons mòbils no és una qüestió de dimensions, sinó més aviat de continguts, de llenguatge i, sobretot, de tipus de consum. Què té l'audiovisual a Internet que atreu les noves generacions? Està renunciant la televisió al públic jove? Quan les criatures d'avui siguin adults demà, tornaran a les pantalles grans o seguiran amb els seus hàbits actuals?

“Els joves van a Internet perquè és el seu mitjà natural. Han nascut amb l'ordinador i veuen la televisió com un objecte antic”, afirma Joan Tharrats, guionista de programes infantils i juvenils, psicòleg i professor de Comunicació Audiovisual a la Universitat Ramon Llull. L'estudi *Convergència mediàtica i joves*, realitzat pel Grup de recerca Comunicació i Nous mitjans de la UOC i publicat el 2013 llança una diagnosi similar: els joves miren la televisió en família, a les hores dels àpats i només perquè l'han encès els progenitors; consideren aquesta pantalla un mitjà “del passat” i “avorrit” i asseguren que els programes que els podrien agradar no encaixen en la seva rutina diària.

LLIBERTAT I SOLITUD

Mentre el visionat de la televisió es produeix en família i s'ha de negociar què es veu, apunta l'estudi, Internet suposa un major alliberament del control parental. Per això, els joves prefereixen l'audiovisual en altres pantalles. “El jove vol controlar-ne el consum. I la tecnologia ho permet”, apunta Jordi Sánchez Navarro, professor dels estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC i un dels autors de la recerca. “La televisió imposa unes rutines de família nuclear que és precisament el que no vol un adolescent”,afegeix Tharrats.

Les noves generacions no estan fetes per a una televisió lineal, on són els programadors dels canals i no

ells els qui assenyalen quin programa s'ha de veure i a quina hora, a més d'imposar un ritme concret amb pauses de publicitat. Els joves rebutgen allò prefixat, volen decidir. Sánchez Navarro assegura que algunes vegades fan la “concessió” de mirar la televisió perquè volen estar en família, però explica que el consum audiovisual és sobretot individualitzat, a Internet i amb l'ordinador de la seva habitació. En aquest sentit, l'estudi *Generación interactiva* (Fundación Telefónica, 2009) ja apuntava que llavors un 36% dels joves disposava d'ordinador a l'habitació.

“Amb la televisió, estàs expectant —explica Tharrats—, mentre que amb Internet fas el que et dona la gana. Tu ets el programador, veus el que vols, quan vols. I pots parar i obrir una altra finestra”. La major autonomia que els atorga la Xarxa és, segons els experts, la principal raó per la qual les noves generacions la prefereixen a la televisió. El darrer informe de l'Institut Reuters n'aporta dades. El Digital News Report 2016 assenyalava que un 28% dels joves entre 18 i 24 anys afirmen que les xarxes socials constitueixen la principal font de notícies, mentre que un 24% apunta que ho és la televisió.

Els programadors de les cadenes imposen continguts, horaris i un tipus de visionat lineal que no agrada als joves

Roberto Suárez, cap del Media Intelligence Service (MIS) de la Unió Europea de Radiodifusió (UER) comenta aquestes dades: “Els joves confien en les recomanacions de les xarxes socials per accedir a continguts. Llegeixen les mateixes notícies que els amics i miren el mateix que els amics”.

Tant per a informar-se com per a l'entreteniment, els nascuts més enllà dels anys noranta trien la Xarxa. L'estudi de tendències d'audiències de televisió realitzat pel Media Intelligence Service i difós el juliol d'aquest any certifica el descens del consum televisiu entre els joves. Les dades assenyalen que els europeus van consumir 3 hores i 41 minuts de mitjana diària de



televisió el 2015, una xifra que s'ha mantingut estable en els darrers cinc anys. Per contra, en el cas dels joves, el temps es redueix a 2 hores i 6 minuts, uns 17 minuts menys que fa cinc anys.

Malgrat tot, Suárez veu el got mig ple: "La gent diu que la televisió lineal s'acabarà demà, nosaltres creiem que no". Suárez considera que aquesta davallada és un "descens natural" provocat per la quantitat d'oferta existent tant pel que fa a aparells com a plataformes.

PLANTILLES ENVELLIDES

Si bé el motiu preponderant pel qual els joves prefereixen les altres pantalles rau en la llibertat que els atorga, hi ha altres causes: els continguts no els atreuen prou i el llenguatge de la televisió no és el seu. "Gent de 40 o 50 anys intentant fer televisió per a nois de 16? No cola", afirma taxativament Suárez. I encara menys si entre els periodistes de la cadena hi

"ELS JOVES VOLEN CONTROLAR-NE EL CONSUM. I LA TECNOLOGIA HO PERMET"

Jordi Sánchez Navarro, UOC

ha una ínfima representació de joves. En aquest sentit, cal recordar la dada que a final de maig Àlex Gutiérrez —cap de la secció de Mèdia del diari *ARA*— va donar al seu article *Més difícil que trobar un 'millennial' a TV3*, quan va revelar que dels quasi 1.700 treba-

lladors d'aquesta cadena, tan sols tres tenen menys de trenta anys, cosa que segons Gutiérrez seria una de les causes que explicaria l'envelliment de l'audiència de la televisió pública catalana.

Tharrats i Sánchez coincideixen a dir que les televisions estan renunciat al públic de menys edat. "Segurament, els continguts molt adreçats als joves espanten

EL 2015, ELS EUROPEUS VAN CONSUMIR 3 HORES I 41 MINUTS DE MITJANA DIÀRIA DE TELEVISIÓ. ELS JOVES, 2 HORES I 6 MINUTS

un altre tipus de públic", opina el professor de la UOC. Les xifres abonen aquesta teoria. Per exemple, el programa *Generació selfie*, de TV3, va aconseguir un discret 7% de quota de pantalla en l'estrena.

Sobre la complicada relació entre les noves generacions i les cadenes, Suárez afegeix que "els joves no són el *target* primari que les televisions estan buscant per a la publicitat, perquè no tenen el poder adquisitiu dels pares". Malgrat tot, aquest investigador aporta un contrapunt. Considera que les televisions sí que estan esmerçant esforços per pescar el públic de menys edat, sobretot amb estratègies com apostar per canals de YouTube, obrir comptes a les xarxes socials, incorporar la interactivitat o engegar iniciatives transmèdia. Així, per exemple, Antena 3 va posar en marxa a final de l'any passat Flooxer, una plataforma digital amb

molts vídeos produïts per a Internet, amb un llenguatge diferent i comptant entre els col·laboradors amb personatges sorgits de la Xarxa com Vengamonjas o David Suárez.

L'ÈXIT DELS "YOUTUBERS"

La canalla es refugia en altres suports, en altres continguts entre els quals hi destaca el fenomen dels "youtubers". Es tracta d'internautes que s'han convertit en prescriptors entre les noves generacions, alguns dels quals amb vídeos que reben milions de visites. Per què els "youtubers", a diferència de la televisió, han aconseguit seduir els adolescents? "Perquè són descartats en el bon sentit de la paraula", considera Tharrats. Aquest guionista assenyala la proximitat i la quotidianitat d'aquests presentadors de la Xarxa com a dos dels elements diferencials. "Els "youtubers" són *peers*, són de la mateixa edat", recalca Suárez, que afegeix

"GENT DE 40 O 50 ANYS INTENTANT FER TELEVISIÓ PER A NOIS DE 16? NO COLA"

Roberto Suárez, Media Intelligence Service

que amb la televisió no se senten identificats. Per a Sánchez, els "youtubers" han creat un nou llenguatge adreçat als joves, "senzill" i "personalista", en què "es premia l'autenticitat" i en destaca "la proximitat amb el públic".

Davant d'aquest panorama, la pregunta és obligada. Suárez la formula: "Els joves, que s'han acostumat a un consum a la demanda, tornaran a la televisió lineal?". Per al cap del Media Intelligence Service de la UER, si bé no hi ha risc de perdre audiència en els pròxims deu anys, sí que intueix certa preocupació per part dels anunciants. Sánchez també ho té clar: "Jo crec que no. El canvi cultural serà irreversible". Tharrats opina que "quan aquests joves siguin adults, la televisió haurà canviat absolutament. És un electrodomèstic que anirà morint o s'adaptarà a Internet", vaticina el professor de la URL.

Més enllà de saber si els adolescents tornaran a ser fidels a la televisió quan creixin, hi ha una altra incògnita: què poden fer les cadenes per recuperar-los? Per a Suárez, malgrat que algunes ja ho intenten, no

ELS JOVES NO SÓN EL *TARGET* PRIMARI QUE LES TELEVISIONS ESTAN BUSCANT PERQUÈ NO TENEN EL PODER ADQUISITIU DELS PARES

totes tenen èxit. "El problema són les corporacions públiques –assegura–. No totes tenen els recursos econòmics ni la llibertat, perquè estan molt regulades, per expandir o modificar-ne l'oferta a la velocitat a què la societat i el mercat estan canviant".

Per a Tharrats, les corporacions públiques produeixen i programen continguts infantils, si bé després hi ha un salt fins al públic adult. "Fer programació per a adolescents és impensable, potser és una utopia", recalca el guionista. "L'adolescent i els joves ja es consideren adults i no volen que els tractis com a diferents", afegeix. Per això, més que dissenyar una

"QUAN AQUESTS JOVES SIGUIN ADULTS, LA TELEVISIÓ HAURÀ CANVIAT ABSOLUTAMENT"

Joan Tharrats, URL

programació per a joves, el professor de la URL aposta per incloure a la graella "programes per a adults amb temes per a adolescents", com el sexe, les relacions personals o els estudis.

La relació entre els joves i la televisió resulta complicada, sembla que es giren l'esquena mútuament. Les cadenes no ambicionen un públic que no es grata prou la butxaca i que, per tant, no interessa als anunciants. I les noves generacions es rebel·len contra horaris, continguts i maneres de consumir imposades: volen més llibertat. Amb la indiferència dels uns i els altres, les petites pantalles surten guanyant. .Ç

Més informació a:

<http://bit.ly/291Y5e> → Estudi Convergència mediàtica i joves, Grup de recerca Comunicació i Nous mitjans, UOC.

www.digitalnewsreport.org → Digital News Report 2016, Institut Reuters.

<http://bit.ly/1sMliTE> → Article "Més difícil que trobar un 'millennial' a TV3". Àlex Gutiérrez, ARA

+ info



AL PUNT DE MIRA

Cada vegada més, els periodistes i fotògrafs són objecte d'atacs i insults dels moviments antisistema

TEXT **LAURA SAULA**
FOTOS **XAVIER GÓMEZ**



Una imatge dels aldarulls arran del desallotjament de Can Vies, on els periodistes van rebre pressions i van ser increpats per part dels manifestants.

En els darrers temps, diferents professionals de la informació que treballen a peu de carrer han detectat com la seva feina no només és al punt de mira de les autoritats policials, sinó també dels moviments alternatius i antisistema. Un col·lectiu que no només els desacredita professionalment, sinó que últimament també els amenaça i agredeix. Periodistes i fotògrafs que treballen sobre el terreny expliquen les seves experiències.

Camises trencades, crits, insults, càmeres robades, escopinades... Aquestes són les situacions que s'estan trobant, els periodistes i fotògrafs que van a cobrir manifestacions de moviments antisistema. I és que, si fins ara aquestes amenaces es rebien per part de la policia o dels grups d'extrema dreta, la novetat és que ara provenen dels moviments alternatius i antiglobalització. Col·lectius que veuen els mitjans com els transmissors dels interessos del poder i de les grans empreses editores.

En els últims mesos, s'han donat una sèrie d'agressions i amenaces a periodistes que han transcendit als mitjans de comunicació, fet que demostra que aquesta tendència va en alça i comença a preocupar dins la professió. Casos com el càmera de BTV agredit el passat abril en una casa okupada mentre cobria una batuda a Gràcia contra

una cassolada també a Gràcia contra el desallotjament del banc expropiat, en són alguns exemples.

Un altre enfrontament que ha transcendit i que també ha estat condemnat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya va ser el del grup d'estudiants de la Universitat de Lleida que va agredir un equip de TV3. Entre els atacants fins i tot s'hi trobava, presumptament, el cantant de rap Pablo Hasel. Després d'aquest incident, les entrades de la delegació de TV3 a Lleida i de la redacció del diari *Segre* van rebre impactes de pedres als vidres i van ser objecte de pintades on es podia llegir "manipuladors" i "no sou periodistes".

Arran de tots aquests fets, hi ha hagut periodistes que han començat a denunciar la situació. És el cas d'Enric Borràs, redactor

del diari *ARA* que va publicar al bloc de *Mèdia.cat* l'escrit "Jo no apunto perquè la policia dispari", en què es queixava de la dificultat que

havia tingut per fer la feina durant les manifestacions a Gràcia del passat mes de juny. També, Javier Silvestre, periodista

ELS CÀMERES HAN HAGUT D'ALLUNYAR-SE DE LA NOTÍCIA I OCULTAR PER A QUI TREBALLEN, I FINS I TOT, TREBALLAR PROTEGITS PER LA POLICIA

atracadors de bancs, a qui van trencar la camisa i prendre la càmera, o les agressions a tres periodistes de TV3 que cobrien



LA INFORMACIÓ, CAMP DE BATALLA?

Als anys noranta, les relacions entre mitjans i moviments socials es ten-saven al màxim sense treva aparent i naixien molts projectes alternatius que furgaven en els graus de distor-sió, manipulació i silencis. Modulat, aquell teló de fons perviu agreujat amb debats creuats sobre lleis mor-dasses, precarització de la professió, l'ús de la imatge amb fins repressius o la banalització informativa.

D'aquells temps convulsos va sorgir una convicció compartida, autocrítica i recíproca i de respecte mutu entre periodistes i activistes. S'aixecaven ponts i es traginava l'alteritat: ni els okupes eren ogres ni els periodistes, cada cop més precaritzats i "rutinit-zats", simbolitzaven els interessos de les grans corporacions mediàtiques. Dissortadament, els darrers episodis viscuts ens recorden que res és per sempre, que tot pot ser pitjor i que algunes construccions són vulnera-bles, fràgils. En primera línia de foc creuat, les agressions a periodistes -i a ciutadans- en un context de con-flicte urbà i de violència, han revifat un debat sobre l'equilibri entre el dret a informar i el dret a la protesta. En la cruïlla entre periodisme i activisme, ens queda encara la deontologia i l'ètica revolucionària que salvaguarda la integritat de les persones. És el nexa fràgil del punt de trobada. La que pot contribuir decisivament a "desescalar" i desmi-litaritzar -humanitzar i transformar, finalment- els conflictes.

David Fernández
Periodista i exdiputat de la CUP

"ELS PERIODISTES ACABEN TREBALLANT COM SI FOSSIN CORRESPONSALS DE GUERRA"

Javier Silvestre, *La Vanguardia*

de *La Vanguardia*, va publicar l'article "Agredir els periodistes, l'última moda per a protestar del que sigui...", en què denunciava com els equips de televisió han hagut d'allunyar-se de la notícia i ocultar per a quin mitjà treballen, i fins i tot, treballar protegits per la mateixa policia. "Els periodistes acaben treballant com si fossin corresponsals de guerra", es queixava Silvestre.

"Veiem que hi ha hagut un cert gir per falta de respecte. Els periodistes exigim respecte per fer la nostra feina per part de tothom, ja siguin manifestants o admi-nistratius (polítics, etc.), igual que ells ens demanen respecte a nosaltres. Ens hem trobat que algunes persones de diversos col·lectius no respecten que estiguem treballant al carrer", critica Xavier Muixí, director d'Informatius de BTV.

"EM VAN DIR QUE SI NO PARAVA DE GRAVAR, EM REBENTARIEN LA CÀMERA"

Àlex Oró, TV3

Arran de l'agressió al càmera d'aquesta cadena, el Comitè Professional de BTV va organitzar una sessió oberta per recordar als periodistes de la casa quins són els drets

dels periodistes i com actuar a l'hora de treballar al carrer.

"S'ha de tenir ben present quins són els drets que ens emparen i com ens hi en-frontem", apunta Muixí. "L'ideal -afegeix el director d'Informatius de BTV- seria tenir una secció especialitzada amb redac-tors que estiguessin preparats per cobrir aquest tipus d'informació, però en un mitjà petit com BTV no és possible. Arran d'aquests fets ocorreguts els últims mesos, intentem enviar-hi sempre els redactors que creiem més adequats per cobrir aquestes situacions".

DEMONITZAR LA PROFESSIÓ

"Em van dir que si no parava de gravar, em rebentarien la càmera", relatava Àlex Oró al programa *Els Matins* de TV3 poc

després de ser atacat, juntament amb el seu equip, durant la co-beratura de l'ocupació dels estudiants a la Universitat de Lleida.

"El que més em preocupa és que, des de ja fa un temps, només arribar ja no siguis ben rebut", es lamentava Oró, qui afegia amb tristesa com "els periodistes estem



Un grup d'incontrolats va increpar i perseguir els periodistes que cobrien la informació de Can Vies i fins i tot van calar foc a una unitat mòbil de TV3.

"NO ÉS NORMAL QUE HAGUEM D'ANAR A TREBALLAR
AMB EL CASC DE LA MOTO POSAT PER SI ENS CAU
UNA PEDRA AL CAP" Núria Vázquez, *Crónica Global*

per explicar notícies, no per ser-ne els protagonistes".

"No és normal que haguem d'anar a treballar amb el casc de la moto posat per si ens cau una pedra al cap", explica Núria Vázquez, qui fins al juny treballava a la secció de Successos d'Europa Press i que actualment està a *Crónica Global*. Vázquez reconeix que, des de la vaga del 29-s, el 2010, ha estat repetidament assetjada per aquests grups. "Durant aquella vaga, em

van amenaçar de trencar-me la càmera diverses vegades", admet. Tot i això, confessa que un dels territoris més hostils on ha treballat ha estat a les revoltes de Can Vies, on li van llançar pedres, petards, i fins i tot un còctel Molotov. "A les manifestacions del banc expropiat de Gràcia, només arribar ens van advertir que no érem benvinguts i que ens ho prenguéssim com una amenaça", relata Vázquez, qui creu que aquesta situació ha empitjorat en els últims sis anys.

LES IMATGES DE LA DISCÒRDIA

En allò que coincideixen tots els periodistes i fotògrafs entrevistats és que el tema de la imatge preocupa moltíssim els manifestants. No volen que els rostres surtin a la premsa, per tant, els periodistes suposen una forta amenaça a la seva seguretat. "Som al segle XXI i tots portem una càmera al mòbil", comenta Enric Borràs, periodista de l'ARA, qui argumenta que "és impossible intentar impedir que es facin i penguin imatges, fotografies o vídeos a les xarxes".

El que sí reconeix és el deure d'intentar protegir els rostres de les persones que participen en els aldarulls, perquè el més probable és que aquelles imatges acabin reclamades per la via policial. "Això crea un problema deontològic en els mitjans de comunicació, que han de decidir si eliminar-les abans o cedir-les a les autoritats", admet Borràs.

Tot i això, el periodista explica com també es donen situacions surrealistes, com les d'activistes a Gràcia que, completament encaputxats, escridassaven la premsa dient "imatges no, que ens voleu enviar a la presó". "Això sí –afegeix Xavier Gómez, fotògraf de *La Vanguardia*– quan comença a intervenir la policia aleshores sí que volen que surtin les imatges i que es vegi tot l'enfrontament".

LA POLICIA, UN CONFLICTE SUPERAT?

Durant anys, el principal problema dels periodistes, i sobretot dels fotògrafs que cobrien les manifestacions, eren les mateixes autoritats policials. Per aquest motiu, el 2009, el Col·legi de Periodistes de Catalunya va signar un acord amb el

A LES REVOLTES DE CAN VIES ELS MANIFESTANTS VAN LLANÇAR PEDRES, PETARDS I FINS I TOT UN CÒCTEL MÒLOTOV A LA PREMSA

Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació per a la utilització d'elements visuals, com els braçals i les armilles, perquè la policia identifiqués fàcilment els periodistes durant la cobertura de situacions de conflicte.

L'objectiu era que els professionals de la informació poguessin exercir la tasca informativa amb les necessàries garanties i facilitats. Res més lluny de la realitat. Xavier Gómez, qui el 2012 va rebre un cop de porra per part

d'un mossos d'esquadra mentre cobria, amb l'armilla reglamentària, la manifestació de la vaga general del 29-M, afirma que els Mossos no ajuden els periodistes a fer la feina. "És una policia jove, molt hermètica i que, depèn del dia i del superior

que toqui, no ens facilita gens el terreny", critica. Això provoca que els fotògrafs hagin de buscar mètodes alternatius a l'hora de treballar, com pujar als pisos dels veïns per poder tenir imatges, cosa que provoca autèntiques persecucions policials.

D'altra banda, Enric Borràs explica que, el 2009, va rebre un cop de porra al braç on duia el braçal de premsa durant una manifestació anti-Bolonya. Però, més enllà d'aquest fet, es queixa del que implica portar els elements d'identificació. "Et fan quedar atrapat i massa diferenciat entre els manifestants i la policia", critica. Segons



L'ocupació de la UdL va provocar l'atac a la delegació de Tv3 a Lleida. Foto: Tv3

aquest redactor, al final, els periodistes acaben incomodant tant la policia com els antisistema.

BUSCANT UN DIÀLEG

“S’ha d’assumir que els periodistes treballen amb un material altament inflamable”, explica Xavier Giró, director del grup d’investigació de l’Observatori de la Cobertura de Conflictos. Per a aquest expert, els periodistes han de tenir clar que tot el que escriuen sempre tindrà una repercussió sobre el conflicte i que, a més, el missatge serà modulad segons el mitjà de comunicació on es publiqui.

Això determina que “algunes parts se sentin mal representades i desconfiïn

ALS QUE ES MANIFESTEN ELS PREOCUPA SORTIR A LA PREMSA I, PER TANT, VEUEN ELS PERIODISTES COM UNA AMENAÇA A LA SEVA SEGURETAT

de la intenció dels periodistes”. “És responsabilitat del periodista i del mitjà de comunicació decidir sobre què s’ha escrit i fotografiat i què no”, afirma Giró, per a qui un exemple seria que els mitjans sempre acaben escollint les imatges de foc

i conflicte per a les portades i no les dels moments més pacífics de les mobilitzacions. Com a conclusió, l’expert aconsella

ELS MANIFESTANTS DEL BANC EXPROPIAT VAN ADVERTIR-LOS QUE NO EREN BENVINGUTS I QUE S’HO PRENGUessin COM UNA AMENAÇA

“tornar a obrir el diàleg amb les persones que demonitzen els mitjans”, igual com ja es va fer, l’any 1996, entre els periodistes i els okupes del cinema Princesa.

Un punt de trobada que va tenir lloc el passat mes de juny a la taula rodona “Després de Gràcia. Periodisme i protesta”, organitzada pel Grup Barnils i en què

diferents periodistes i activistes van analitzar la situació després dels aldarulls del banc expropiat. “Vam fer crítica, autocrítica i proposta

de solucions”, explica Núria Vázquez, que hi va participar. “Els activistes van acabar entenent que els periodistes només som treballadors normals i corrents, igual que ells, i els periodistes també vam entendre que els activistes no volen que se’ls faci un

primer pla de la cara quan es manifesten”, explica.

Tot i això, Vázquez reconeix que els activistes que es van asseure a dialogar no són les mateixes persones que després amenacen i fan

destrosses. “Aquests individus un dia ho trenquen tot en una protesta contra el banc expropiat i l’endemà fan el mateix en una celebració del Barça”, aclareix.

En aquest sentit, poder dialogar no és tan senzill, i fotògrafs amb una llarga trajectòria com Xavier Gómez es comencen a preguntar fins a quin punt val la pena arriscar-se a cobrir aquest tipus d’informació per una fotografia. Aleshores passaria, tal com apunta Javier Silvestre en el seu article, que els periodistes serien igualment acusats de manipulació per no haver cobert una informació. **Ç**

Més informació a:

<http://bit.ly/1TMFVKe> → Bloc de Mèdia.cat “Jo no apunto perquè la policia dispari”, d’Enric Borràs.

<http://bit.ly/29Pzm9k> → *La Vanguardia*, 3 de juny de 2016, “Agredir a periodistas, la última moda para protestar de lo que sea...”, de Javier Silvestre.

<http://bit.ly/29l64qO> → *Els Matins de TV3*, tertúlia del 6 de juny de 2016 “Per què s’agredeix els periodistes en determinades manifestacions?”

+ info



*Entrevista a Cristina Gallach,
cap de Comunicació de l'ONU*

"NACIONS UNIDES ÉS LA MILLOR MARCA DEL MÓN"

Cristina Gallach va ser escollida a final del 2014 com a nova cap de Comunicació de l'ONU (oficialment és secretària general adjunta del Departament de Comunicacions i Informació Pública) i es va convertir en l'espanyola amb un càrrec de més responsabilitat en una organització internacional. I per portar-lo a terme dirigeix un equip de 800 persones distribuïdes en 63 oficines per tot el món. Gallach, premi Portaveu 2016 dels vuitens Premis Gabinetes que atorga el Col·legi de Periodistes, recollirà el guardó l'11 de novembre durant el sisè Congrés de Periodistes de Catalunya.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO SERGIO RUIZ

Quan vas estrenar el càrrec actual a les Nacions Unides, un titular de *La Vanguardia* deia *Del Ter al Hudson...*
(Riu).

...i recordava els inicis a la revista *Rebombori* de Sant Quirze de Besora. Després, a mitjans dels vuitanta, vas cursar un màster de Relacions Internacionals a la Universitat de Columbia, a Nova York. Tenies vint-i-quatre anys i ni t'imaginaves que un dia hi tornaries amb el càrrec actual.

No em podia ni imaginar el recorregut que he fet des de llavors. Quan em van nomenar per al càrrec de Nacions Unides feia trenta anys exactes que havia començat a estudiar a Columbia. Recordo que, al setembre de 1984, em vaig acreditar per cobrir l'Assemblea General —era corresponental de l'*Avui* i col·laborava a Catalunya Ràdio— que comptava amb la presència del ministre d'Assumptes Exteriors de la URSS, Andrei Gromiko, que amb el seu discurs va provocar un petit desgel en les relacions i va provocar la primera reunió

entre Reagan i Gorbtxov. Van ser moments històrics.

Fa sis anys, et vam entrevistar quan feia poc que el *Financial Times* t'havia considerat “una de les trenta personalitats més influents de la UE”.

"ELS RESPONSABLES DE COMUNICACIÓ GESTIONEM LA REPUTACIÓ, ASSEGURANT-NOS QUE ES FACI DE MANERA TRANSPARENT I OBERTA. I NO ÉS FÀCIL"

Llavors, recomanaves als periodistes que “val la pena arriscar-se”.

Sí, i tant!

Ara el teu càrrec és un risc o una aposta segura per l'experiència acumulada en llocs de responsabilitat?

El risc hi és perquè, al ser un lloc de responsabilitat, és molt important fer-ho bé i, a més, ens trobem en un moment clau de l'organització en què, també, els responsables de comunicació gestionem

la reputació, assegurant-nos que es faci de manera transparent i oberta. I no és fàcil. I hi ha tants canvis en el món de la comunicació que s'han de modernitzar moltes coses. I una de les coses que Nacions Unides ha de fer és posar-se molt al dia.

Això ja és difícil de per si, i més si encara t'hi has de posar. Per tant, no vull parlar de risc, però sí és una responsabilitat important i així m'ho he pres, com un repte i com un risc al

tractar-se d'una dimensió molt diferent a la Unió Europea, un grup complex de 28 països...

...mentre que Nacions Unides en té 193!

I, a més, també haig de rendir comptes al secretari general, que és el meu cap directe. Per tant, tinc dos grans pilars: d'una banda, el secretari general i, de l'altra, els 193 països. O sigui, que el càrrec té un element de risc si bé, sobretot, té molta responsabilitat.

En aquella entrevista, vas dir que quan en Solana et va proposar ser la seva portaveu a l'OTAN no t'ho vas pensar gens. Quan et van trucar de Nacions Unides t'ho vas pensar més?

No, ni un minut perquè era una oportunitat molt gran. Tens un moment de dubte pel que implica a nivell personal, tot i que com a responsabilitat professional és una oportunitat única, irrepetible.

Nacions Unides és una organització complexa. La teva tasca és fer arribar missatges senzills?

Exactament. Per una part, fem una comunicació a llarg termini d'intensitat constant i de preservació de la marca que continuï legitimant l'única organització universal. I, per una altra, part, l'organització té moltes branques i s'ocupa quasi de tot (salut, drets humans, seguretat...), encara que ens hem d'assegurar que es filtren bé els missatges, perquè en tots els projectes es treballi de manera oberta i transparent i s'informi d'allò que es fa, i

"HI HA TANTS CANVIS EN LA COMUNICACIÓ QUE S'HAN DE MODERNITZAR MOLTES COSES. I NACIONS UNIDES S'HA DE POSAR MOLT AL DIA"

amb la responsabilitat de rendir comptes davant de l'opinió pública. Sense aquest treball de presència constant, les organitzacions van desapareixent i poden perdre rellevància malgrat estar fent moltes coses.

I ho heu de fer arribar a tot arreu...

Sí. Per això utilitzem moltes llengües. En tenim sis d'oficials, però després declinem els missatges amb totes les llengües que podem. I, a més, hem de treballar en xarxa amb les grans agències (UNICEF, UNESCO, ACNUR, etc.) que tenen molta presència al territori. Tot plegat és molt complex.

Una prova més d'aquesta complexitat és la gent que tens al càrrec.

Sí, hi tinc 800 persones i 63 oficines a tot el món. Intentem definir les estratègies a nivell global, coordinar la comunicació de

PERFIL

Cristina Gallach (Barcelona, 1960) és llicenciada en Ciències de la Informació (UAB) i màster en Relacions Internacionals per la Universitat de Columbia. Ha treballat com a reportera de TVE a Barcelona (1983-1984), a l'*Avui*, com a corresponsal als Estats Units (1984-1986), a *El Periódico* (1986-1990) i a les delegacions d'EFE a Moscou (1990-1992) i Brussel·les (1993-1996). Portaveu adjunta a l'OTAN (1995-1999) i portaveu i consellera assessora de mitjans de l'Alt Representant de la Política Exterior de Seguretat Comuna de la UE (1999-2009), el 2010, va ser directora de Relacions Públiques de la UE fins que, a final del 2014, va acceptar el càrrec actual a l'ONU. El 2009, fou escollida una de les dones més influents a Brussel·les pel *Financial Times* i, el 2010, va obtenir el premi Ernest Udina a la Trajectòria Europea que concedeix l'APEC. Està casada i té dos fills.

les diferents agències, però també fer una acció descentralitzada, local, assegurant-nos que es mantenen unes línies claus. A mi m'agrada definir un treball central però, alhora, d'impacte sobre el terreny. I en això hi ha d'intervenir molta gent. Hem de pensar que Nacions Unides és, després de l'Exèrcit nord-americà,

l'"exèrcit" més gran del món, amb 25.000 persones desplegades en setze missions.

Malgrat escàndols com els abusos

d'alguns cascos blaus o determinades picabaralles polítiques, Nacions Unides segueix sent molt valorada.

Vaig encarregar un estudi que va concloure que Nacions Unides és la millor marca del món. N'hi ha altres com la Creu Roja, el COI o empreses com Google, tot i així, la marca Nacions Unides és imbatible. Per a mi, és molt important la confiança en la marca i allò que significa. Com a marca és extraordinària. Potser no genera molt afecte si bé mai, o gairebé mai, genera rebuig. I, en canvi, genera molta solidaritat i suport.

El Consell de Seguretat és hereu de la Guerra Freda i, en canvi, heu d'adaptar-vos als nous mètodes de comunicar del món actual...

Això és veritat. Però a l'Assemblea General cada país té un vot, i això fins i tot

és d'una gran bellesa, ja que tant els més petits com els més rics valen el mateix. I les resolucions de l'Assemblea molts cops esdevenen convencions i acords jurídicament vinculats. Per tant, el paper del Consell de Seguretat és determinant i tots els 193 països valen igual.

L'any passat vàreu promoure l'Agenda 2030 per al desenvolupament sostenible amb molts famosos com a reclam. Cal aquest glamur mediàtic?

Sí, i aquesta és una diferència interessant amb la Unió Europea, que no recorre al glamur mediàtic per moltes raons. En canvi, les Nacions Unides hi recorre sovint. Per exemple, Leonardo Di Caprio ha estat una de les veus que més ha mobilitzat per l'acord del canvi climàtic. També ajuden personatges com l'Angelina Jolie en el tema dels refugiats, Michael Douglas amb el desarmament o Daniel Craig amb el desminat en països on va haver conflictes. També treballem molt la pau i el desenvolupament amb figures com Jane Godall, una de les persones que més connecta amb els joves. Tot aquest grup de persones, que anomenem "missatgers de la pau", és molt important, però cal seguir fent accions informatives perquè no només hem de visibilitzar els problemes, sinó també mostrar les decisions que es prenen i explicar com s'executen. Per tant, ambdues parts de la nostra comunicació són molt importants.

Parlant de glamur mediàtic, no em negaràs que l'anterior secretari general, Kofi Annan, en tenia més que l'actual, Ban Ki-Moon.

"BAN KI-MOON POTSER NO ÉS TAN VISIBLE COM KOFI ANNAN, PERÒ HA RESPONST POSITIVAMENT A LES MEVES PROPOSTES DE COMUNICACIÓ"

El secretari general és una figura molt important perquè ha d'aconseguir fer avançar l'agenda i mostrar el camí. A Ban Ki-Moon se li reconeixerà que ha liderat clarament grans temes com el canvi climàtic i una visió del món molt més igualitària, sobretot en temes de gènere. Quan va arribar al càrrec, el canvi climàtic estava desdibuixat i no hi havia cap moviment mundial que l'alertés. I la nova agenda de desenvolupament també l'ha marcat molt ell. Potser no és una persona tan visible com havia estat Kofi Annan, encara que jo hi he treballat molt bé i ha respost positivament a totes les meves propostes de comunicació, visibilitat i presència.

Mesos enrere Ban Ki-Moon es va trobar al mig d'una polèmica al admetre que va retirar l'Aràbia Saudita de la llista negra de països acusats d'atacs a nens perquè el van pressionar que, si no ho feia, tallarien els fons de programes humanitaris.

És veritat que les pressions rebudes en aquest sentit han estat un episodi molt més que desagradable. Recordo que quan el secretari general va comparèixer davant la premsa i va admetre les pressions, estava profundament disgustat. Aquest és un dilema molt difícil. Ell va admetre que, si no hagués cedit, hauria tingut un impacte molt greu en els recursos financers de l'organització. Però el que va passar també reflecteix què són les Nacions Unides, on es pot fer avançar l'agenda si tens consens. Ara bé, això és molt difícil i l'Aràbia Saudita és un contribuent molt important.

Arran de tot allò, el *New York Times* va dir a l'editorial que "les Nacions

Unides han desenvolupat una poca envejable reputació per la hipocresia en la seva aproximació als drets humans". A nivell de comunicació, com es contraresta això?

Aquesta frase en alguns aspectes és veritat, i en d'altres no. I la meva funció és promoure, divulgar

i explicar els moments –molts més que aquest tan punyent– en què l'organització és en primera fila en la defensa dels drets humans, i que fa que molta gent vegi Nacions Unides com l'última esperança. La meva feina és evitar que casos com aquests tornin a passar, en la mesura en què som molts els que podem donar consell al secretari general. Amb tot, no es pot pretendre tenir unes Nacions Unides que no reflecteixin el que és el món.

Si comparem el paper de Nacions Unides en la guerra de l'Iraq –en què va fer de mediador, tot i que no va evitar el conflicte– i en l'actual de Síria –en què les decisions importants les prenen els estats– podem concloure que s'ha perdut la iniciativa?

En la darrera guerra de l'Iraq, les Nacions

"ADMETO UN PROBLEMA DE VISIBILITAT EN LA CRISI DELS REFUGIATS, PERÒ LES NOSTRES AGÈNCIES SÓN UNS GRANS MOBILITZADORS DE RECURSOS"

Unides van quedar marginades perquè el Consell de Seguretat es va bloquejar i dividir, i els Estats Units van muntar una coalició pel seu compte. I ara som on som amb un Iraq en una fragilitat extrema.

Però s'hi va visualitzar una tasca.

Es va visualitzar en el Consell de Seguretat per part dels països. En canvi, en la guerra de Síria, el Consell de Seguretat ha estat igual de dividit. És més, el primer procés negociador el va dirigir el mateix Kofi Annan –per encàrrec de Ban Ki-Moon– i es va frustrar quan el Consell de

Seguretat no va donar suport a la proposta de negociació. El mediador següent, Lajdar Brahimi, es va trobar en unes circumstàncies similars. I, durant dos anys, el Consell de Seguretat ha estat completament dividit i, en aquest moment, l'únic procés negociador en marxa és el que lidera Nacions Unides. Una cosa similar passa a Líbia.

En el conflicte dels refugiats a Europa, les crítiques són per a la UE i els governs però, de les Nacions Unides, no se'n parla...

Tens tota la raó, i això passa pel paper assumit per Europa i perquè on passen aquestes tragèdies és al teatre europeu, si bé el principal actor humanitari de gestió de la supervivència de tots aquests refugiats són les agències humanitàries de les Nacions Unides.

Llavors hi ha un problema de visibilitat.

Ho admeto, per contra, s'ha d'escoltar i veure la intervenció del secretari general de Nacions Unides al Parlament d'Àustria l'endemà de la primera ronda de les eleccions presidencials quan va referir-se a les responsabilitats que els polítics europeus han d'assumir. O el que va dir en

altres etapes d'aquell viatge. Va ser una veu d'agitació en el sentit que és inequívoc que en aquesta crisi de refugiats tothom hi té un paper. S'ha de

tenir en compte que el gran mobilitzador de recursos, a part de les ONG, són les agències internacionals de les Nacions Unides.

Primer, vas ser als mitjans locals, després als catalans, d'allà a l'OTAN, la UE i ara Nacions Unides. I després què? Ja no es pot pujar més amunt...

Només em plantejo fer la meua feina. Ara només em preocupa servir aquesta organització fenomenal al millor possible i al seu secretari general. Més enllà, ja ho veurem... Ç

UNA PERIODISTA *UNA MICA ESPECIAL*

Als anys trenta, Rosa Maria Arquimbau
va incomodar la societat
de l'època amb el seu periodisme
incisiu i provocador

TEXT JULIÀ GUILLAMON



De Rosa Maria Arquimbau (1909-1992) fins fa poc se'n coneixien ben poques coses. El periodista i escriptor Julià Guillamon l'ha tret de l'oblit amb el llibre *L'enigma Arquimbau* (Comanegra, 2016) en què recupera la figura d'una periodista desinhibida, provocadora i moderna que, als anys trenta, va ser tan polèmica com coneguda. En aquest article, Guillamon ens ofereix un tast d'una dona que, amb un estil incisiu i descregut, va ser avançada al seu temps i va deixar petjada per, de sobte, desaparèixer.

Rosa Maria Arquimbau acostumava a dir en els articles que era una feminista una mica especial. Perquè li agradava anar sempre molt mudada, flirtejar i, quan havia de parlar de la relació entre homes i dones, no sempre adoptava el punt de vista de les dones, víctimes de les trapaseries dels marits. Trobava que, de vegades, les dones provocaven les desatencions i les infidelitats dels homes perquè, un cop casades, consideraven que ja no els calia que fessin res més.

No la van atacar gaire, com a mínim directament. Va sortir un article a la *Solidaridad Obrera* en què la criticaven per haver

CADA COP QUE LLANÇAVA UNA DE LES SEVES BOMBES INCENDIÀRIES EN FORMA DE COLUMNA, REBIA NOMBRESES CARTES DE GENT EMPRENYADA

escrit que l'amor lliure no existia i que l'amor, quan es de debò, és una condemna que fa impossible la generositat dels amants. A la Soli la van tustar i ella s'hi va tornar amb insolència. També va polemitzar amb Manuel Brunet, que l'any 1933, quan Arquimbau escrivia a *L'Opinió*, era un pes pesant de *La Veu de Catalunya*. Brunet deia que no entenia que hi poguessin haver dones d'esquerra. Una lectora li va enviar un morral. Arquimbau va escriure que li enviaria "un carro perquè tal com us escau i enganxant-vos-hi convenientment, el poguéssiu tirar."

Ara bé, la majoria dels penjaments que es devia sentir dir per ser tan descarada, no ens han arribat per escrit, i només en tenim no-

tícies per un article que Arquimbau va escriure a *La Rambla*. Allà explicava que cada cop que llançava una de les seves bombes incendiàries, des de les columnes de la secció setmanal Films & soda, rebia tantes i tantes cartes, i que li agradava tant rebre-les i veure com feia empenyar la gent.

ATACS I GARROTADES

Eren els darrers mesos de la monarquia i els primers de la República i Arquimbau es dedicava al pim-pam-pum contra les feministes rònegues (ella en deia *les dames de la cotilla i els polacres*), els nois de la bona societat catòlica i reaccionària i els vells

xarucs de la Unió Monàrquica (als quals, de seguida hi va afegir els lligueros). Arquimbau els atacava setmana sí i setmana també amb

l'arma que fa més mal: la ficció humorística, la paròdia i la ironia.

Per exemple, en un article del 15 de desembre de 1930, *Nudisme*, el tercer que va publicar al diari *La Rambla*. A França, a les

AMB LA FICCIÓ HUMORÍSTICA, LA PARÒDIA I LA IRONIA ATACAVA LES FEMINISTES RÒNEGUES, LA BURGUESIA REACCIONÀRIA I ELS MONÀRQUICS

muntanyes de Toló, han detingut una colla de nudistes. Un d'aquests homes i dones que anaven en pèl era un gendarme! Els homes, explica Arquimbau, han hagut de pagar una multa més gran que les dones.

Què hauria passat si en lloc de Toló aquesta història hagués passat a Catalunya?

"Ací la cosa canviaria completament d'aspecte. La veurien, o millor dit, farien veure que la veuen diferent. Així s'explica que mentre els homes es passegen per la platja amb una mena de cinturó de castedat de tricot negre que per anomenar-lo d'alguna manera l'anomenem *slip*, a les dones no ens permeten banyar-nos en *maillot*. I ens hem de fastiguejar nedant amb faldilles que ens dificulten tots els moviments."

Garrotada a les feministes: "Les feministes, que fan tanta comèdia i gegueuen tant demanant llibertats per a la dona, valdria la pena que s'adonessin que les faldilles del nostre vestit de bany no tenen res a veure amb la moral, i ens destorben". I, a continuació, garrotada a *les dames de la cotilla i els polacres*: "I... perquè no fos dit que som unes desagraïdes, la roba que ens sobraria, per exemple, no tindriem cap mena d'inconvenient a cedir-la per a la confecció dels vestits de les estàtues de la plaça de Catalunya."

És a dir: les feministes, sempre preocupades per qüestions transcendents, desinteressades de l'estètica i de la moda, no es poden fer càrrec que les dones volen portar

vestits de bany còmodes. I encara com no proposen la separació d'homes i dones a la platges, com proposava un company de redacció de Rosa Maria Arquimbau a la revista *Flames Noves*, el 1927!



En pàgines anteriors, Rosa Maria Arquimbau fotografiada per Gabriel Casas i Galobardes als anys trenta. Foto: Fons Gabriel Casas i Galobardes / Arxiu Nacional de Catalunya. Sobre aquestes línies, al març de 1934, dinar d'homenatge a Arquimbau, que està asseguda entre els periodistes Joan Costa i Deu i Josep Maria Xicota. A la fila del darrere, altres companys de professió com Maria Teresa Gibert i Àngel Marsà. Foto: Josep Maria Sagarra i Plana / Arxiu Fotogràfic de Barcelona.

I VA DESAPARÈIXER

Aquesta era la manera que tenia de fer articles Rosa Maria Arquimbau. No conec cap altra dona del temps de la República amb l'agilitat d'estil, la rapidesa mental, la ironia i el talent provocador que ella tenia. Caldria anar a buscar les columnes de Josep Maria de Sagarra a *L'Aperitiu* al setmanari *Mirador*, o la secció Set dies set nits de Josep Maria Planes a *La Rambla* per trobar un tipus de periodisme d'opinió tan modern, tan incisiu i tan literari.

També escrivia articles militants, sobre el sufragi femení, sobre el Front Únic Comú Esquerrista, sobre la necessitat de donar suport a la República o contra les seccions femenines dels partits. En aquests articles, exposava punts de vista originals amb una manera d'escriure enèrgica, sense giragonses inútils, buscant la reacció immediata dels lectors. Però escrivint articles literaris no tenia rival, encara avui ve de gust llegir-la, i molts dels arguments a la contra encara fan somriure, com si no haguessin passat més de vuitanta anys.

Aleshores, per què ha estat tan llargament oblidada? Hi ha diversos factors a tenir en compte, que he mirat de reunir en una

TAN SOLS SAGARRA A *MIRADOR* O JOSEP MARIA PLANES A *LA RAMBLA* FEIEN UN PERIODISME D'OPINIÓ TAN MODERN, INCISIU I LITERARI

explicació convincent en el llibre *L'enigma Arquimbau. Sexe, feminisme i literatura a l'era del flirt*, publicat el 2016 per l'editorial Comanegra.

Per començar, aquests articles no agradaven a la gent que manava als diaris. No en tinc una prova concloent, però sí sospites fonamentades. A final de maig de 1932 va abandonar *La Rambla*. Abans, Carles Soldevila havia entrat a dirigir la secció *Femina*. Un dels primers canvis va ser la desaparició de la secció Film & soda que Arquimbau escrivia setmanalment i on expressava les opinions polèmiques. No dic que Soldevila i Arquimbau estiguessin

de punta. Gabriel Rius, que va ser amic del matrimoni Arquimbau-Girós, conserva un exemplar d'*Història d'una noia i vint braçalets*, la novel·la de Rosa Maria Arquimbau que la Llibreria Catalònia va publicar el 1933, amb l'exlibris de Carles Soldevila.

Amb tot, Arquimbau era molt extrema en les opinions i els seus articles incomodaven: l'abril de 1932 va passar a *L'Opinió*. Al començament, dirigia la pàgina femenina amb el seu estil militant, irònic i descregut.

El febrer de 1933 va desaparèixer per una malaltia, que la va obligar a marxar de Barcelona i fer convalescència a Castellterçol. Pràcticament no va tornar a escriure als diaris. Perquè quan el 1936 va reprendre les col·laboracions a *La Rambla*, amb una secció de comentaris de la premsa internacional ("De dilluns i dilluns"), tan sols va durar set setmanes. De seguida va venir el 18 de juliol.



EL PITJOR GREUGE: L'OBLIT

No cal anar al periodisme dels anys 30 per trobar que les periodistes tenen més difícil que els col·legues aconseguir credibilitat, promoció i sous similars, però em centraré a l'inici de la República: només un 9% de dones treballaven i, d'aquestes, un 3,6% en una professió liberal. Tres exemples; el primer d'Arquimbau que a *La Rambla* escrivia que "mentre els companys periodistes que pertanyen al sexe masculí s'estalvien el tramvia i l'autoòmnibus, les dones hem de pagar". El segon, l'explica la periodista Llucietà Canyà, a Mercè Rodoreda en una entrevista per a *Clarisme*, a propòsit de les brometes dels companys: "Me'n feien tantes com podien. Un dia s'esfondrava una rastellera de llibres; un altre m'apagaven el llum; un altre dia em posaven aigua al tinter...". I, finalment, el sou de Maria Luz Morales com a directora de *La Vanguardia* era inferior (600 pessetes) al de Josep Escofet del mateix diari sense ser director (750 ptes) i del seu successor, Paulino Masip (800 ptes). La manca de reconeixement i les retribucions més baixes segueixen marcant les diferències, però als anys 30 hi ha un greuge afegit, el de l'oblit. Mentre a les facultats de Periodisme s'estudiaven els periodistes de l'època, han hagut de passar molts anys perquè ens comencin a sonar els noms de les primeres periodistes.

Elvira Altés

Professora de Periodisme de la UAB i investigadora en comunicació i gènere

El periodisme d'Arquimbau va ser com una estrella amb cua: va creuar el cel nocturn del periodisme català del temps de la República i va desaparèixer, sense que ningú la trobés a faltar gaire. En la correspondència de Joaquim Ventalló que es conserva a l'Arxiu Nacional de Catalunya,

NO LI VAN PERDONAR QUE FES LA SEVA VIDA. TENIA AMANTS I NO SE N'AMAGAVA. ALGUN CRÍTIC FINS I TOT LI VA TIRAR EN CARA

hi ha algunes cartes que es van intercanviar quan va aparèixer el llibre de Rafael Tasis i Joan Torrent, sobre la història del periodisme català. Arquimbau gairebé no hi surt i se'n queixa amargament.

EL TABÚ MORAL

Finalment, hi ha el tabú moral, que va pesar també, i de quina manera, sobre Irene Polo. Se sabia que Rosa Maria Arquimbau tenia amants, ella tampoc no se n'amagava. Algun crític li va tirar en cara: C.A. Jordana

VA CREUAR EL CEL NOCTURN DEL PERIODISME CATALÀ DE LA REPÚBLICA I VA DESAPARÈIXER, SENSE QUE NINGÚ LA TROBÉS A FALTAR GAIRE

va insinuar que el terreny dels seus triomfs no era la literatura i el periodisme. Quin era doncs? Tenim una imatge mitificada de la República i del que va representar per a les dones. A Arquimbau no li van perdonar mai que fes la seva vida, que anés amb un o altre, orgullosament, sense avergonyir-se'n.

Per a la reedició de la novel·la *Quaranta anys perduts*, que l'editorial Comanegra publica aquesta tardor, he recuperat l'expedient de Rebel·dia del Juzgado Instructor de Depuración de Funcionarios Municipales de l'Ajuntament de Barcelona. Arquimbau era funcionària i, com que no es va presentar al lloc de treball després de l'entrada de les tropes

de Franco a Barcelona, la van fer fora. En l'expedient, hi ha un informe del Servicio de Investigación de F.E.T. y de las J.O.N.S., que és un document brutal.

Diu així: "Antecedentes.

Consultados los ficheros de esta Delegación, resulta que: La informada está conceptuada

como elemento de ideas izquierdistas. Durante el Alzamiento efectuó gran propaganda en favor de los marxistas. De conducta moral pésima.

Por Dios, por España y su Revolución Nacional-Sindicalista. 13 de marzo de 1941".

Cada època té els seus mitjans i els seus periodistes i és difícil establir relacions entre autors que no s'han conegut, que no s'han pogut llegir, que no tenen, en el fons, res a veure els uns amb els altres. És molt fàcil deixar-se dur per l'entusiasme de la descoberta, fabular i caure en l'anacronisme més flagrant. El periodisme dels anys trenta no va tenir continuïtat: el van

tallar d'arrel i els que van poder seguir escrivint, a l'exili (Luís Aymamí i Baudina), a l'interior (Sentís, Sempronio) o a l'exili i després

a l'interior (Avel·lí Artís Gener, Joaquim Ventalló, Domènec de Bellmunt, Vicenç Bernades) no fan una trena prou gruixuda perquè es pugui parlar d'una continuïtat històrica. Tot i així, llegint els articles d'Arquimbau de *La Rambla* i *L'Opinió* el cap fa un salt per anar a buscar articles de Joan de Sagarra, Quim Monzó o Empar Moliner que s'hi assemblen, en l'actitud, en el to o en l'estil. Ben tornada. Ç

Més informació a:

L'enigma Arquimbau. Sexe, feminisme i literatura a l'era del flirt, → de Julià Guillamon (Comanegra, 2016).

+ info



Ruth Troyano, periodista especializada en turisme enològic que ha sabut fer-se un lloc en el mercat laboral actual.

GABINETS D'EXPERTS

L'especialització de petites agències
de comunicació, la clau del seu èxit

TEXT **CARME ESCALES**
FOTOS **SERGIO RUIZ**

Vins i cellers, projectes de construcció, artesanies, motor i música clàssica són els ancoratges de cinc gabinets de comunicació que han sabut trobar en l'àmbit de la informació uns carrils ben precisos per circular. Fidels, i apassionats per un sol àmbit, han consolidat un camí professional enmig d'un context professional complex i difícil on cada cop més s'afermen projectes molt especialitzats.

Durant onze anys, Josep Autet va córrer ral·lis com a copilot professional. El seu Vic natal, i tota la comarca d'Osona, eren una cantera de pilots, enginyers, mecànics i directius del món del motor. En acabar les carreres, ell recopilava els temps dels equips i comunicava els resultats a gent de la premsa. Amb una màquina d'escriure, als anys 1986, 1987 i fins al 1989, va solapar la carrera esportiva amb la preparació i enviament dels comunicats i fotografies que preparava i enviava a les redaccions. "El que es feia diumenge, es rebia dilluns o dimarts, per correu postal o els ho duia en mà", recorda Autet.

Ell va córrer ral·lis fins a vint-i-set anys i, en acabar, havia consolidat una bona xarxa de contactes, tant en el món del motor com en el dels mitjans de comunicació. Així que donar impuls a un gabinet de comunicació, a trenta-un anys, li va ser un procés molt natural. Ford España va ser el primer client que, trenta anys més tard, encara manté. "BMW i altres equips amb els que jo mateix havia corregut van ser també clients", explica. Va ser delegat de premsa de Nissan al Dakar, "i passàvem tota la difusió del ral·li per tèlex", rememora.

En el món del motor, tothom es coneixia i quan van nomenar director del Saló de l'Automòbil un conegut seu, de seguida li va demanar que els portés la relació amb els mitjans. "L'avantatge varen ser els contactes", diu el fundador de JAS (www.jas.es), l'agència de comunicació que va néixer sobre rodes, que ha arribat a tenir deu empleats i durant vuit anys va tenir delegació a Madrid.

"Ara som cinc. Redactem i enviem informació, maquetem, fem diaris, fulletons i revistes sobre competició i producte, cotxes, motos, vaixells, tot el que sigui

"AL PRINCIPI, ERA INÈDIT EL QUE DONÀVEM, NO HI HAVIA GABINETS AIXÍ. ENS VAM INFLAR A TREBALLAR" Josep Autet, JAS

motor", detalla la Rosa Tantiñà, que hi treballa des de l'any 1994. "L'especialització ha estat clau des de sempre. Al

principi, era inèdit el que donàvem, no hi havia gabinets així. Ens vam inflar a treballar", recorda Autet. "La feina ens ha format, en relacions públiques, en el tracte amb els periodistes, en protocol i fins i tot a organitzar esdeveniments", afegeix Tantiñà, que tot just acabava Periodisme quan un company amb el qual treballava al setmanari local *Osona* li va comentar que a JAS buscaven algú. Ella de motor no en sabia res, però s'hi va endinsar.

"Saber de què parles t'atorga un plus de credibilitat que marca diferència", diu

la Rut Martínez. Ella va posar en marxa l'agència Seed Music (www.seedmusic.eu), especialitzada en música clàssica. Primer,

es va formar musicalment en paral·lel als estudis ordinaris i, posteriorment, va estudiar Periodisme i, “després de flirtejar uns primers anys amb la informació política, vaig optar pel periodisme cultural”, comenta.

Seed Music ofereix als seus artistes serveis d'auditoria i assessorament en comunicació, des d'un punt de vista integral i personalitzat. “Els artistes i, en especial els

"SABER DE QUÈ PARLES T'ATORGA UN PLUS DE CREDIBILITAT QUE MARCA DIFERÈNCIA"

Rut Martínez, Seed Music

músics, tenen cada vegada més clar que no n'hi ha prou de tocar bé, amb tenir molt talent, o fins i tot a invertir molt temps i

treball en la carrera, cal algú que acompanyi en el trajecte i completi la mirada feta des de dins, que t'ajudi a projectar-la cap a fora. I jo entenc que és per això que em vénen a buscar”, resumeix la Rut que, alhora, també en fa una tria. “Jo busco en ells algú amb mirada pròpia, amb compromís artístic, amb molt rigor, però també amb un punt d'agosarament, de fantasia”, admet.

VIRATGES FRUIT DE LA CRISI

“La crisi ha significat, en alguns casos, un revulsiu. Ha calgut estudiar noves maneres de plantejar les propostes artístiques i, de retruc, noves formes d'explicar-les”, declara Martínez. “Els comunicadors

formem part de la indústria com en formen part programadors, mànagers i públic. Potser per això és fàcil trobar perfils que s'entre-

creuen: periodistes que acabem fent de promotors o de mànagers dels nostres propis clients”, assegura.

“El futur és la hiperespecialització i la polivalència, i quan dic polivalència em refereixo no a fer moltes feines, sinó a ser obert de ment, no tenir por, per exemple, de la tecnologia o de diferents formats periodístics”, apunta la Ruth Troyano, una jove periodista de Reus que va posar en marxa l'agència d'encomunicació que porta el seu nom (www.ruthtroyano.cat).

Enoturisme i comunicació són als ciments de la seva empresa, que ajuda els productors de vi a explicar experiències, vides i el sentiment secret de les ampolles. Després d'haver treballat cinc anys a la ràdio, cinc anys en l'àmbit polític com a cap de premsa d'ERC a Tarragona, i a Cultura de l'ajuntament tarragoní, un màster d'Enoturisme entre la Universitat Rovira i Virgili i la Rioja, la va encarrilar cap a l'especialització.

“Al màster era l'única periodista”, recorda. “També en un curs de sommelier que vaig fer després”, afegeix. En paral·lel als estudis, organitzava la comunicació digital de la cooperativa vitivinícola de Falset. “Les grans marques com Torres o Freixenet ja tenien gabinets de comunicació, si bé vaig veure que les petites bodegues encara no veien la necessitat de donar-se a conèixer mitjançant el periodisme”, afirma.



A l'esquerra Josep Autet, impulsor de JAS, agència de comunicació especialitzada en el món del motor. A la dreta, Rosa Tantià, que hi treballa des de 1994.

Ella, cada setmana anava a visitar un celler. De moment, només hi volia treure el nas i aprendre. “Aprendre en profunditat, sobre ecologia, sobre els paisatges del vi, i sobre vins biodinàmics, l’homeopatia

al darrere i a dins d’una ampolla de vi i la història del seu elaborador”.

Així, en començar a esquitxar-se el territori d’experiències d’enoturisme, ella ja estava a punt. L’Hostal Sport de Falset va ser un dels primers clients. “Sóc de Reus i tenia cinc Denominacions d’Origen (DO) al meu voltant”,

com una secció al programa *Vadevi* de Ràdio 4, on presenta productors, així com altres feines per a mitjans digitals o projectes editorials com els *Retrats de vi*, una idea sorgida de la URV, on la Ruth Troyano presenta en petits llibrets a gent del món del vi. No porta mai la comunicació de dos cellers del mateix territori, encara que amb un sol tema de fons, el vi, treballa tant com vol.

"EL FUTUR ÉS LA HIPERESPECIALITZACIÓ I LA POLIVALÈNCIA, SER OBERT DE MENTS"

Ruth Troyano, www.ruthtroyano.cat

de la vinya”, precisa la creadora del bloc *Vi, moments, persones*. “Volia posar cara als elaboradors i mostrar el paisatge que hi ha

argumenta. Actualment, compagina la comunicació per a empreses del sector amb col·laboracions en mitjans especialitats,

COMUNICACIÓ ARTESANAL

Vanesa Carrasquilla va néixer a Barcelona l’any 1978, va estudiar Filologia Catalana



Vanesa Carrasquilla, que va treballar com a periodista especialitzada en tribunals, s'ha reinventat especialitzant-se en l'àmbit de les manualitats.

i Periodisme i va treballar set anys a diferents ràdios. “El periodisme judicial m’apassionava”, explica. És el que feia a la COM quan, l’any 2010, la crisi va provocar que acomiadessin molts periodistes.

A l’atur, va formar-se en *social media i community manager* i, en paral·lel, feia labors de ganxet i cursos de manualitats. “A casa, ja hi havia una sensibilitat per les coses fetes a mà. La meua mare era brodadora artesanal de vestits de núvia”, assegura. I ella, entre la distracció i l’estima per la feina feta a mà, va anar teixint la idea del gabinet de comunicació que, avui dia, li dona feina. “Quan el món de les artesanies (el *craft*) estava en plena ebullició, jo ja coneixia molta gent amb projectes molt cuidats, que necessitaven arribar als mitjans. I ho veia assequible”, afirma.

Fa un any que Carrasquilla va crear el web www.comunicraft.com, s’ha instal·lat a l’espai de coworking CREC del Poble Sec, i admet que li va “superbé”. “Tinc molta feina. Crec que estar especialitzat és bàsic perquè saps quines necessitats tenen aquells per a qui treballes, i com que tu les tries, en comparteixes la sensibilitat”, assegura. “Jo em moc pel *feeling*. Si el projecte té possibilitats, si me’l crec, tot això ho he de sentir a la panxa”, expressa.

Entre els clients, hi ha tota mena d’artesans, però també gent que els avala, com la Maite Guillem, que va obrir una botiga, BdeBarcelona, per vendre només coses fetes a Catalunya. “Miro d’aplicar el valor de

l’artesanía al periodisme, tractant de tu a tu amb el client. I, sobretot, separo molt el que és màrqueting del periodisme, perquè són objectius ben diferents”, puntualitza la Vanesa. “Intento —afegeix— fer molta pedagogia amb els clients, que sàpiguen

“ESTAR ESPECIALITZAT ÉS BÀSIC PERQUÈ SAPS QUINES NECESSITATS TENEN AQUELLS PER A QUI TREBALLE” Vanesa Carrasquilla, Comunicraft

que sortir als mitjans significa estar en l’imaginari col·lectiu, és un prestigi, però per vendre tan important és això com tenir un web molt ben cuidat i saber buscar sempre l’essència de cadascú, allò que et fa únic en el que fas. Faig una comunicació a mida, comunicació lenta”.

VISIBILITZAR LA FEINA

Un altra cas a destacar és la de la Marta Poch, que va començar la seva història amb la comunicació, el 2002, al despatx de Josep Lluís Mateo. “A la meua feina d’arquitecta, vaig anar sumant tasques de coordinació de publicacions i difusió, fins que em vaig fer càrrec del departament de Comunicació”, recorda. I li agradava tant,

que de manera natural va acabar muntant un despatx de comunicació d’arquitectura. En solitari, l’any 2008, i amb la seva sòcia, Mària Suárez, periodista especialitzada en informació cultural, tendències, disseny i arquitectura, conjuntament des del 2013.

Neix així POCH edició, arquitectura, comunicació. “Sobretot treballem a Barcelona, tot i així,

hem tingut clients estrangers que busquen visibilitzar els projectes aquí. Tenim despatxos consolidats i emergents, i comptem amb col·laboradors. Amb despatx a l’espai de coworking Makers of Barcelona (MOB) s’envolten d’altres professionals que els ajuden a estar al dia de la seva especialitat. Els arquitectes passen moments complicats i busquen diferenciar-se, també en la manera de comunicar el que fan. I en això els ajudem”, conclou la Marta Poch. **C**

Més informació a:

www.jas.es → Web de JAS

www.seedmusic.eu → Web de Seed Music

www.ruthroyano.cat → Web de l’agència d’enocomunicació Ruth Troyano

www.comunicraft.com → Web de Comunicraft

www.martapoch.com → Web de POCH edició, arquitectura, comunicació

+ info

QUAN ELS PERIODISTES VAN SER ELS PROPIETARIS DEL SEU DIARI

Es compleixen noranta anys de la creació de l'*Hoja del Lunes*, una capçalera històrica que es pot consultar en línia

TEXT XAVIER MARTÍ I YLLA



Durant més de mig segle, l'Hoja del Lunes va cobrir la manca de diaris d'aquell dia de la setmana. El fet que a la dècada dels cinquanta passés a ser editada per l'Associació de la Premsa va permetre que aquesta en veies créixer exponencialment els ingressos. Als anys vuitanta, la resta de capçaleres també van començar a sortir el dilluns, cosa que va suposar la mort d'aquesta publicació. I, de passada, va implicar una crisi econòmica a l'Associació de la Premsa de la qual ja no se'n sortiria.

El descans dominical a la premsa es va aconseguir el gener de 1920. Una Reial Ordre establia la prohibició de publicar, vendre diaris i difondre informació per ràdio des del migdia del diumenge fins a les set de la tarda del dilluns. Sense que hi tingués res a veure, el juliol de l'any següent es produïa l'aixecament de les cabiles al Marroc, en contra de la presència de tropes espanyoles. Davant la manca d'informació durant el cap de setmana, es desfermaren els rumors. Així les coses, el 21 de setembre d'aquell mateix 1921 una altra Reial Ordre servia per crear una *Hoja Oficial*. Era el precedent d'un diari.

Aquest full “no se pondrà a la venta y se enviará gratis por los gobernadores civiles a los casinos, bares y establecimientos públicos análogos para que en ellos se fije en sitio visible, a cuyo efecto sólo irá impresa por una cara”. Es mantindria aquest format fins al desembre de 1925, quan un fet luctuós va precipitar els esdeveniments: el diumenge 13 moria Antonio Maura, president del consell de ministres cinc vegades. Doncs bé, els espanyols no van assabentar-se'n fins que ja estava enterrat.

EL 1955, PASSA A SER EDITADA PER L'ASSOCIACIÓ DE LA PREMSA, COSA QUE VA PERMETRE MULTIPLICAR ELS INGRESSOS DE L'ENTITAT

Va ser així (i perquè la guerra era favorable a la dictadura) com Miguel Primo de Rivera va promulgar una altra Reial Ordre perquè “se amplíe lo suficiente la información de la ‘Hoja Oficial’ de los

lunes (...) tanto en la parte que a las noticias del interior se refiere como a las del extranjero, incluyendo además en ella los avisos y la publicidad bastante para formar un verdadero periódico que (...) habrá de ponerse a la venta al precio de 10 céntimos de peseta, para no hacer competencia económica a los de la industria privada”.

Era el gener de 1926 i, aleshores sí, naixia un periòdic que es coneixeria com a *Hoja del Lunes* i que servia a les necessitats de la dictadura primoriverista. Quan el consell

FRUIT DEL DESCANS DOMINICAL, EL 1926, NAIXIA L'HOJA DEL LUNES, QUE SERVIA A LES NECESSITATS DE LA DICTADURA DE PRIMO DE RIVERA

de ministres va donar l'ordre que sortissin aquests fulls a les capitals de província va establir que els editessin l'associació de periodistes de cada lloc i que els beneficis es destinessin a “beneficència local”.

Tanmateix, en aquells moments Barcelona en tenia quatre i cap se'n va voler fer càrrec amb l'argument que l'edició comportaria pèrdues que no podrien suportar. Fou així com la impremta de la Casa de la Caritat,

que des de 1913 editava el Butlletí Oficial de la Província, va assumir-ne l'edició. El primer setmanari amb el títol *Hoja Oficial de la Provincia de Barcelona* sortia el 4 de gener de 1926 amb quatre pàgines.

TEMPS FOSCOS

Les vicissituds del setmanari van anar estretament lligades a les de la Casa de la Caritat i a la Diputació Provincial quan aquesta es feu càrrec d'aquella institució benèfica. I els periodistes en rebien les conseqüències. Així, la redacció va patir un procés de depuració després del 6 d'octubre de 1934. El primer director, Rafael Delclós, —que havia ocupat el càrrec fins a la proclamació de la República, quan va ser destituït— en va prendre les regnes fins que, a l'inici de la Guerra Civil, va ser destituït de nou. Amb tot, tornaria al càrrec el febrer de 1939 fins al 1964.

I tant n'era, d'“oficial”, el *Full* que enmig

del conflicte Juan Negrín va fer emprendre el director i el redactor en cap per conspiració amb Julián Besteiro, líder del socialisme espanyol dels anys trenta. Fins a l'esclat de la guerra, el setmanari oscil·lava entre les 8 i les 24 pàgines. El juliol de 1936, tan sols van aparèixer dos números: el dia 6, amb 8 pàgines, i el dia 13, amb 12. A partir d'aleshores i exceptuant alguns mesos de 1936, només sortiria amb 4, centrat en les accions bèl·liques.

El 16 de gener de 1939, va sortir la darrera *Hoja Oficial del Lunes* republicana. L'exemplar següent, curiosament, no va sortir en dilluns sinó divendres 27, l'endemà que les tropes colpistes entressin a la ciutat. Va ser un número extraordinari de només dues pàgines i de la capçalera de les quals s'havia sostret *del Lunes*. A partir



PRESERVAR LA MEMÒRIA

El Col·legi de Periodistes va signar, a final del 2013, un conveni amb el Ministeri d'Educació, Cultura i Esport per digitalitzar la col·lecció de l'*Hoja Oficial del Lunes de Barcelona*. El projecte tenia la finalitat d'incorporar la publicació a la Biblioteca Virtual de Premsa Històrica. Aquest portal és el resultat d'un procés de digitalització cooperatiu –del Ministeri, Comunitats Autònomes i altres institucions– de la memòria per preservar i fer accessibles la premsa històrica publicada a Espanya. El projecte té dos objectius: preservar uns materials bibliogràfics que, per la naturalesa del suport, es troben en perill de desaparició, i difondre uns recursos informatius molt sol·licitats per investigadors i ciutadans. Per al Col·legi, participar en un repositori cooperatiu suposa posar en valor el fons històric, donar-li prestigi i facilitar-ne la visibilitat en canals de difusió més amplis que els estrictament professionals. Fins ara, a més de l'*Hoja del Lunes*, també hem digitalitzat la revista *Annals del Periodisme Català* (52 números dels anys 1933-36, 1984-95) consultable gràcies a l'acord amb el Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya mitjançant el projecte RACÓ (Revistes Catalanes amb Accés Obert) de la Biblioteca de Catalunya. Des de la posada a consulta en línia, a final del 2013, ha rebut prop de 50.000 consultes. El següent objectiu en el qual estem treballant és la digitalització i "posada en línia" de CAPÇALERA.

Núria de José

Vocal de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

d'aleshores començava la tercera època de la publicació. Van ser temps foscos, d'exili i de depuració de les redaccions. Per exercir s'havia de ser afecte al règim i només ho podien fer aquells que figuraven al Registre Oficial de Periodistas, creat el 1938 sota la Ley de Prensa que havia promulgat el ministre de Governació, Ramon Serrano Súñer.

PROPIETAT DE L'ASSOCIACIÓ

En paral·lel, s'havia reconstituït l'Associació de la Premsa. Diego Ramírez, director d'*El Correo Catalán*, en va ser president fins a la mort, el 1957. Els seus homes forts eren Rafael Delclós, que compaginaria la direcció de l'*Hoja* amb la delegació de l'agència EFE, i José Bernabé, redactor del *Correo Catalán* i secretari general de la Jefatura Provincial de Prensa. A partir de 1955, Ramírez i Bernabé serien col·laboradors fixos.

El 1955 esdevindria un any decisiu. Feia catorze anys que l'Associació maldava per fer-se càrrec de l'edició del setmanari. S'havia observat que la publicitat hi anava

GRÀCIES A L'*HOJA*, HI HAVIA AJUTS I BEQUES ALS FILLS DELS ASSOCIATS, ES PAGAVEN DESPESES MÈDIQUES O PER DECÉS, LOTS DE NADAL, ETC.

augmentant, mentre que aquesta organització professional anava fent la viu-viu amb magres ingressos. Les quotes dels associats, les "galas de teatro", la "corrida de la premsa" i la subvenció de l'organisme provincial eren insuficients per a una cada vegada major demanda de serveis mutuels.

QUAN, EL 1982, ELS ALTRES DIARIS COMENCEN A SORTIR EL DILLUNS, JA HAVIA PERDUT LECTORS I ANUNCIANTS. VA TANCAR L'ANY SEGÜENT

Després de tres anys d'un intens estira i arronsa, van aconseguir-ho. El 9 de maig el delegat provincial del Ministeri de In-



Josep Maria Cadena, darrer director de la publicació, amb un exemplar. Foto: Arxiu Josep Maria Cadena.

formación y Turismo, Demetrio Ramos, escrivia en una columna a la portada, al costat d'una fotografia del dictador, que aquesta concessió testimoniava per part de la Junta de l'Associació "el espíritu de disciplina puesto de manifiesto, una vez más, a lo largo de la tramitación de sus aspiraciones".

Va ser un salt espectacular: De tenir uns ingressos, el 1954, de 540.328,95 pessetes es va passar, dos anys després, a 1.331.663,90; a 6.445.485,79, el 1959; o a 13.742.517,87, el 1963, amb una tirada mitjana de 133.000 exemplars. Es passava d'un local de lloguer a la plaça de Catalunya a un pis en propietat per a l'administració i la redacció. Tant el tiratge com els ingressos van créixer.

Fins a final de la dècada de 1970, l'Associació es podia permetre, gràcies a l'*Hoja*,

DIFERENTS EDICIONS

Durant uns anys, a partir del 27 d'abril de 1931 i després de la proclamació de la República, s'edità una edició en català: la *Fulla Oficial del Dilluns de Barcelona* (que unes setmanes més tard apareixeria amb la capçalera corregida i convertida en *Full Oficial*). Les dues edicions eren ensopides, sense gaire atractiu i gairebé només es feien ressò dels fets ocorreguts el diumenge, amb un gran espai per a l'esport. L'escassa presència entre el públic, segurament, tenia a veure amb el fet que es tractava d'un mitjà "oficial". El darrer exemplar en català aparegué el 26 de desembre de 1938.

A les acaballes del franquisme, i en moment diferents, es van posar en marxa una edició per a cadascuna de les províncies de Girona, Lleida i Tarragona que, com en el cas de Barcelona, redactaven els membres de les respectives associacions de la premsa. Es tractava, en tots els casos, de dues pàgines encarades presidides per un titular requadrat en el qual s'indicava "Asociación de la Prensa de (Gerona, Lérida o Tarragona, segons el cas i en tipografia destacada). Edición especial". La primera a aparèixer va ser la de Girona, el 19 de juliol de 1971, que es mantindria fins al 4 de setembre de 1978, la mateixa data en què es publicaria la darrera edició de Tarragona, que s'havia iniciat el 13 de setembre, també de 1971. L'edició de les terres de Ponent va ser la més breu: va sortir el 20 de maig de 1973 i es va publicar fins al 20 de juny de 1977. A diferència de l'edició general, aquestes no estan digitalitzades. Només en queda la col·lecció corresponent a les respectives demarcacions del Col·legi de Periodistes o a l'hemeroteca de Tarragona, en aquest cas.

Cadena hi va tenir un protagonisme especial. El Grup Democràtic de Periodistes, del qual era fundador, no va aconseguir que es redrecés la línia editorial del periòdic "però sí que, com a mínim, no publiquessin editorials". Ell en seria l'últim director (va substituir José Aliaga, 1970-1981, que al seu torn havia substituït Luís Marsillach 1965-1969). En la Transició, la publicació va anar perdent lectors i anunciants, que tant uns com altres es quedaven amb el "seu" diari.

Quan, el juliol de 1982, les empreses periodístiques decidiren que, finalment, sortirien també el dilluns, l'*Hoja* ja estava ferida de mort. Tant Cadena, Madridejos com algun membre de la Junta vigent llavors opinen que "els periodistes van donar l'esquena al corporativisme i vam deixar morir l'únic diari que hem tingut, sense presentar batalla". La mort de l'*Hoja* va provocar una forta crisi econòmica a l'Associació de la Premsa, que perdia la principal font d'ingressos. Una crisi que va acabar suposant la desaparició i la posterior creació del Col·legi de Periodistes.

comprar diferents immobles, oferir ajuts i beques als fills dels associats, pagar les despeses mèdiques, farmacèutiques o per decés, donar lots de Nadal, en els quals s'havia inclòs fins i tot un penil per asso-

"Treballar en aquest setmanari era molt sol·licitat", diu Mateo Madridejos, que en va ser subdirector de maig de 1980 a maig de 1982. I és que les condicions de treball, pel caràcter de la publicació, eren ben

peculiars. "Històricament, només s'havia treballat dissabte i diumenge i, en alguns casos, també divendres, amb un sou relativament bo.

Això permetia treballar en altres llocs. Hi havia molts drets adquirits", afegeix aquest veterà periodista.

Maria Eugenia Ibañez, que hi va trobar aixopluc quan va tancar el *Mundo Diario*, explica que "no estava mal vist treballar a l'*Hoja*. El que sí que ho estava era treballar també en un altre mitjà". En aquest sentit, també, Josep Maria Cadena opina que "ser redactor era una bicoca perquè treballaves poc i cobraves bé. I això era mal vist en la professió".

LA DIGITALITZACIÓ DE LA COL·LECCIÓ COMPLETA PERMET CONSULTAR LES 75.000 PÀGINES D'AQUESTA PECULIAR PUBLICACIÓ

ciat, o adquirir una insígnia d'or i brillants per a l'empresari taurí Balañá.

Era temps de bonança. Wifredo Espina explica ("comptador" de la Junta de l'Associació havia format part de la "ponència [Comissió] de l'*Hoja del Lunes*", que actuava com a consell d'administració) que essent vicepresident se li havia adreçat Josep Pla "tot demanant que se li avancessin 6.000 pessetes que s'atorgaven als hereus en cas de defunció perquè volia comprar un vedell al seu masover".

DIGITALITZACIÓ EXITOSA

Aquest any hauria complert el norantè aniversari. Els interessos de les empreses periodístiques, edulcorats amb una pretesa llibertat d'expressió, van fer desaparèixer l'*Hoja* de Barcelona el 21 de febrer de 1983. Enrere quedava el descans dominical, una fita aconseguida fa gairebé un segle. Sortosament, la digitalització de la col·lecció completa (www.prensahistorica.mcu.es), portada a terme el 2014, pel Col·legi de Periodistes en col·laboració amb el Ministeri d'Educació i Cultura permet fer el recorregut de les 75.000 pàgines d'aquesta peculiar publicació. Ç

Més informació a:
<http://bit.ly/2a5ehuB> →

Col·lecció completa digitalitzada de l'*Hoja del Lunes*

+ info

Dossier
Redaccions en transformació



EL COR DE LES REDACCIONS

Josep Carles Rius critica l'empobriment
i la submissió de molts mitjans

Al llibre *Periodismo en reconstrucción. De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre* (Edicions de la Universitat de Barcelona, 2016) Josep Carles Rius ofereix la visió crítica, gens condescendent però esperançadora de la professió. Rius va ser degà del Col·legi de Periodistes, subdirector de *La Vanguardia* i redactor en cap d'*El Periódico de Catalunya*. Actualment, presideix la Fundació Periodisme Plural i és el responsable d'*Eldiario.es* a Catalunya. En l'extracte que reproduïm, Rius reflexiona sobre els canvis en les redaccions on, tal com ell remarca, està en joc el periodisme.



TEXT JOSEP CARLES RIUS
FOTOS DOSSIER VICENTE PRUNA

El veritablement essencial del que està passant no és la pervivència del paper com a suport informatiu, sinó la de les redaccions tal com les havíem entès durant les últimes dècades. És a dir, com un punt de trobada de periodistes amb diverses trajectòries professionals i de diferents generacions. On es practica el debat intel·lectual i el mestratge de l'experiència. Un espai de llibertat que propicia el marc per exercir un periodisme crític, independent, honest i obsessionat per la veracitat. Un periodisme, en suma, que sap que el seu paper és el d'exercir de contrapoder al servei dels ciutadans.

Doncs bé, aquestes redaccions corren el risc de passar a la història. Primer, perquè ja no hi ha un model capaç de finançar dignament una redacció de més de dos-cents periodistes, com les que tenien els grans diaris espanyols. I sense periodistes suficients, que disposin de recursos, temps i formació, resulta impossible mantenir les cotes de qualitat que hem conegut. I una redacció de cent periodistes amb debat intern és molt més que cent periodistes treballant per separat. Una redacció és un espai que facilita l'intercanvi, que genera idees, que provoca discussions. I de tot això es veu beneficiat el lector l'endemà.

Un referent de la professió com José Martí Gómez, a partir de la seva llarga ex-

JA NO HI HA UN MODEL CAPAÇ DE FINANÇAR UNA REDACCIÓ DE MÉS DE DOS-CENTS PERIODISTES, COM LES QUE TENIEN ELS GRANS DIARIS

periència, recorda que “la crisi de les velles redaccions és anterior a la crisi econòmica. Ja eren mortes però no es visualitzava. L'arribada dels ordinadors que forcen el periodista a ser editor, amb els llibres d'estil que encotillen els gèneres, va incidir en la crisi d'un model de fer periodisme en el qual trepitjar el carrer ha passat a ser una cosa extraordinària encara que hi hagi tipus rars que ho segueixin fent”. I, amb ironia, afegeix una nova causa. “El fet que

a les redaccions es deixés de beure alcohol i es passa a beure aigua mineral tampoc va ser una ajuda”.

Més enllà de les bromes, Eva Domínguez —professora de la UOC i la UPF i autora del bloc *Evadominguez.com*— creu que “les redaccions són una metàfora de l'estat del

SENSE PERIODISTES SUFICIENTS, QUE DISPOSIN DE RECURSOS, TEMPS I FORMACIÓ, ÉS IMPOSSIBLE MANTENIR LES COTES DE QUALITAT QUE TENÍEM

periodisme a la premsa”. Per avaluar el canvi lent, però constant, de les redaccions durant les últimes dècades, aquesta professora imagina “una investigació impossible” amb alguns indicadors que poguessin mesurar-se cada any al llarg de dues dècades. “Entre els indicadors, podríem tenir el temps que els periodistes passen al carrer i el temps que passen a les redaccions, la quantitat de càrrecs de responsabilitat i de redactors, les corresponalsies i enviats especials, els reportatges propis i sèries en profunditat, els formats nous, les col·laboracions, els temes sol·licitats i els temes que es descarten, les reunions que es fan i qui participen en les decisions, entre altres. Veuríem què ha anat en augment i què ha anat en disminució i tindríem un diagnòstic de què era i què feia una

redacció fa vint anys i què fa ara”. No tenim aquesta investigació, però el seu enunciat li serveix a Eva Domínguez per evidenciar que

les redaccions d'avui dia són el resultat de moltes decisions preses al llarg dels anys. “La crisi ho intensifica tot”, conclou.

Per a Rosa Paz —subdirectora del setmanari *Ahora*—, “les redaccions han quedat “jibaritzades” i la reducció de matèria grisa es reflecteix també a les pàgines dels diaris. A més, el batalló d'aturats disposat a treballar per salaris de misèria —el quilo de periodista va massa barat— contribueix

al fet que els que mantenen un lloc fix es tornin més dòcils als dictats de directors i empreses i que els que han de guanyar-se'l, perquè són freelance, es pleguin encara més per mantenir les seves col·laboracions o amb l'esperança d'optar a un contracte en algun moment de la seva existència. La precarietat no treballa a

favor de la independència professional, sinó a favor de la submissió”.

Juan Varela —autor del respectat bloc

Periodistas21.com— recorda el factor humà per sobre de les raons econòmiques: “És un problema de mediocritat periodística i humana, no de l'impacte de la crisi, que només ha vingut a aprofundir i accelerar problemes estructurals de la cultura periodística de les redaccions”. Varela denuncia que l'empobriment del periodisme “és el que va permetre l'assumpció de molts càrrecs per mediocres, no per bons professionals. A això se suma la ruptura dels vells escalafons professionals i la manca d'una política de recursos humans i capacitat permanent que permeti formar, triar i promoure els millors”. Martí Gómez hi coincideix plenament: “Hi ha una crisi de bons comandaments intermedis. Si no és dòcil no s'arriba al càrrec”.

Ramón Salaverría —director del Departament de Projectes Periodístics de la Universitat de Navarra i autor del bloc *Salaverria.es*— lamenta que “el valor dels periodistes al si de les empreses de comunicació passa per hores molt baixes. En la dialèctica entre gerència i equip de redacció, és clar que avui dia és inqüestionablement la gerència la que determina les destinacions no només comercials sinó, en gran mesura, també editorials de molts mitjans de comunicació”. I d'aquesta manera es creen unes condicions que no afavoreixen, precisament, l'exercici del periodisme. Així, Juan Varela recorda que “el millor periodisme s'ha fet sempre en redaccions amb una forta cultura i independència —que no s'ha de confondre



Les redaccions -a la fotografia la de Televisió de Catalunya- han viscut nombrosos canvis en les darreres dècades, com el del nou paradigma digital.

amb desentesa— de l'àrea de negoci. Però els millors mitjans són també els que compten amb empreses que entenen el veritable valor del producte periodístic i treballen per millorar-lo amb la informació i el debat públic com a objectius fonamentals”.

NOU ESCENARI

I quin és el nou escenari que s'obre després de la crisi de les redaccions convencionals? José Ramon González Cabezas —exsubdirector de *La Vanguardia* i el

"LA CRISI DE LES VELLES REDACCIONS ÉS ANTERIOR A LA CRISI ECONÒMICA. JA EREN MORTES PERÒ NO ES VISUALITZAVA" José Martí Gómez

principal autor del Codi deontològic del Col·legi de Periodistes— pensa que “l'experiment neoliberal de la empresa sense fàbriques i sense empleats s'està estenent

al periodisme de manera vertiginosa a l'empara de la revolució tecnològica i sota la coartada de la Gran Recessió”. I davant d'aquesta situació, “és fonamental defensar el principi que la informació és lliure, però la seva gestió no és objectiva ni innocent, de manera que únicament els periodistes professionals, implicats en la recerca de la veritat i retribuïts per servir el públic, poden oferir un compromís de pluralisme i neutralitat en el desenvolupament d'aquesta tasca”. En conseqüència, afirma, “la redacció del segle XXI no pot semblar-se en res a la de la cultura de la impremta, amb l'excepció del factor humà”.

L'altra gran amenaça està en la llibertat, en la possibilitat de l'autonomia personal del periodista. En el seu compromís, diem, amb el ciutadà. Moltes redaccions, delmades i atemorides per la crisi, s'han convertit en petites

dictadures, al servei no només de les empreses sinó, en molts casos, de cúpules directives amb els seus propis interessos. Són redaccions que no funcionen com la suma de periodistes lliures, sinó com a veritables “exèrcits” al servei d'interessos aliens a la informació. Redaccions que són víctimes de règims on es persegueix la dissidència. I no només en el paper, sinó també en les seves edicions en línia. Per exemple, Gumersindo Lafuente recorda en el llibre *Newspaper* d'Albert Montagut com va ser destituït de la direcció del *Mundo.es* en 2006 “per negar-me a seguir les indicacions sobre els atemptats de l'11-M que marcava la direcció”.

El de Gumersindo Lafuente va ser un dels poquíssims gestos de protesta a *El Mundo* davant la que ha estat la major manipulació informativa de la democràcia. El director d'*El Mundo*, Pedro J. Ramírez, i la cúpula directiva del diari van defensar durant una dècada la tesi que, d'alguna o altra manera, ETA estava darrere

CRISI, CREDIBILITAT I ÈTICA

Periodismo en reconstrucción de Josep Carles Rius és el novè títol de la col·lecció “Periodismo Activo”, dirigida per Roberto Herrscher i editada per Edicions de la Universitat de Barcelona. A la col·lecció també hi ha *Ètica del Periodismo*, de Norbert Billbeny; *Entrevistas*, de Margarita Rivière; *El nuevo Nuevo Periodismo*, de Robert S. Boynton o *Cien Casos* de Roger Jiménez, entre altres. En les 250 pàgines del llibre de Rius, s’analitzen aspectes com la crisi de la premsa, la pèrdua de la credibilitat, la lluita per la independència professional, la transformació de l’ofici arran del nou paradigma digital i la regeneració ètica.



dels atemptats de Madrid. Malgrat les sentències fermes, van mantenir la teoria conspirativa que encara causa un extraordinari dolor a les víctimes. La redacció ho sabia, però va callar. És un clar exemple de les dictadures en què s’han convertit molts diaris.

EMPRESSES SEGRESTADES

A la pregunta de si algunes redaccions s’han convertit en petites dictadures,

LA PREMSA ESCRITA HA PERDUT EL LIDERATGE, LA CONFIANÇA I L'AGENDA PERQUÈ LES REDACCIONS HAN PERDUT PERIODISTES, RECURSOS I LLIBERTAT

Enric González respon: “Sí. És una cosa bastant trista de veure”. Andreu Missé –director i fundador de la revista *Alternativas Económicas*– denuncia que “en aquestes redaccions tan jerarquitzades, els equips directius han adquirit un poder sense precedents i en conseqüència una gran responsabilitat amb tot el que està passant”. Per tant, en la seva opinió, “el problema està en la jerarquització de les redaccions que s’ha aguditzat molt i cada vegada més al servei dels interessos de l’empresa, els seus socis, aliats i poders dels quals depenen...”. És una circumstància que també es produeix en societats d’altres sectors econòmics: les cúpules segresten les seves pròpies empreses.

Encara que moltes redaccions s’hagin convertit en petites dictadures, no per això caldria sacralitzar les redaccions del passat remot, sovint sumides en la somnolència de la pluriocupació, la burocràcia i la rutina, alienes al sentit de la competència i la recerca de la primícia. De la mateixa manera que el canvi polític, cultural i econòmic dels anys setanta i vuitanta va derivar en una de les èpoques més fèrtils del periodisme com a col·lectiu, la crisi del canvi de segle donarà lloc sense dubte a un nou esquema de treball creatiu i dinàmic que succeirà a la fase de decadència i desaparició de la redacció històrica. No és fàcil precisar sobre

quines bases organitzatives i estatutàries es consolidarà el nou model.

Els periodistes, en opinió d’Antoni Piqué, també han de fer autocrítica per l’aïllament en què van viure les redaccions. El

REDACCIONS ATEMORIDES PER LA CRISI S'HAN CONVERTIT EN PETITES DICTADURES AL SERVEI DE CÚPULES DIRECTIVES AMB ELS SEUS INTERESSOS

periodista i autor del bloc *Paper Papers* recorda “la insularitat de les redaccions, aquest ambient d’esplèndid aïllament”, la pitjor i més freqüent conseqüència era

(i és) menysprear els ciutadans i, sobretot, una actitud refractària a la innovació i a la gestió. No es tractava d’una supèrbia d’emperador romà. Era més aviat l’arrogància ingènua, adolescent, de saber-se intèrpret infal·lible de la ciutadania. O de confondre les rutines establertes en la redacció amb el periodisme. O de considerar el periodisme un “ofici” que s’aprèn simplement a través de la pràctica vigilada per artesans més experts. Hi ha una frase de Von Clausewitz, un mestre de l’estratègia militar, que diu: “En temps de guerra, la tradició és el pitjor enemic del comandant”. Aquesta “guerra” d’avui no es pot fer amb les mateixes armes que l’anterior. No ens estem jugant el paper. Ens juguem el periodisme”.

La premsa escrita ha perdut tres batalles (el lideratge, la confiança i l’agenda) perquè les seves redaccions, el seu veritable i únic patrimoni, han perdut no només molts periodistes i recursos, sinó la llibertat. I on és la llibertat? Està en el compromís i

el coratge de molts dels periodistes de la premsa, que fan la seva tasca a contracorrent. I en molts casos, està entre línies. I tal com passava

en la dictadura, cal aprendre a descobrir i llegir periodistes que han aconseguit crear-se els seus propis espais de llibertat en les pàgines dels diaris. Ç

Dossier
Redaccions en transformació



L'OCÀS DE LES SECCIONS

El paradigma digital provoca canvis en les redaccions i les allunya de la divisió per seccions

Els grans mitjans estan vivint una sèrie de canvis que busquen una millor adaptació al nou món digital. En aquesta transformació, les seccions tradicionals estan perdent molt de pes. Un fet que explica, en bona mesura, no només cap a on estan anant moltes redaccions sinó, també, cap a on va el periodisme. Uns canvis que ja han arribat a *El País* i aviat ho faran a *El Mundo* o *El Periódico*. Així doncs, la premsa escrita, sobretot, es troba immersa en un nou model d'organització que comporta que, en alguns casos, fins i tot desapareguin els llocs assignats per als redactors.



TEXT ÒSCAR GARCÍA

Digital-first, minimització de les seccions, individualisme i marca personal, externalització de la producció... Els mitjans de comunicació miren d'adaptar-se a un entorn en què el paper va minvant contínuament, encara que segueix sent la principal font d'ingressos. Mentrestant, la informació digital lluita per mantenir la personalitat del mitjà dins d'un magma de xarxes que fagociten tot el contingut informatiu i el descontextualitzen de la capçalera que l'ha originat. Diaris com *El País* i *El Periódico de Catalunya* i estructures de suport a la comunicació local com *La Xarxa* estan aplicant canvis a les redaccions, entre l'intent d'aprofitar oportunitats i la incertesa.

En el moment actual de disminució continuada de les vendes en paper i de creixement digital sense rendibilitat, els mitjans

ELS MITJANS CADA COP MÉS BUSQUEN QUE ELS PERIODISTES SIGUIN MULTIMÈDIA I, A MÉS, VERSÀTILS EN ELS CONTINGUTS QUE TRACTEN

de comunicació tenen moltes dificultats per trobar un model econòmic viable. El grup *The Guardian* va fer fortuna amb l'expressió *digital-first*, és a dir, el posicionament estratègic dels mitjans que situa el suport digital com a principal suport nadiu. Però, poc després, sembla que això ja no és suficient. Els directius del *Guardian* ja parlen de *mobile-first*, *video-first* o, fins i tot, *wearabletech-first*.

REDACCIÓ TRANSVERSAL

És un moment de canvis de models productius i d'estructures que els han de

fer possibles. El director d'*El País*, Antonio Caño, va publicar, el 3 de març, una carta oberta en què explicava com pensava modificar l'estructura de la redacció: "Passarem d'allò que el sector ha denominat *integració de redaccions* a un nou sistema de sincronització d'equips i canals. Implantarem modernes eines de comunicació (...). Serà una redacció sense despatxos, oberta a la col·laboració i a l'intercanvi d'idees, en què els equips s'entremesclaran per construir noves històries".

Quatre mesos més tard, el 2 de juliol, Antonio Fernández-Galiano, president d'Unidad Editorial, l'empresa editora del diari *El Mundo*, anunciava una reorganització de les seccions en dos grans blocs, que aglutinen, d'una banda, les notícies de política, economia i tribunals i, de l'altra, les de cultura i societat, entre altres. En un intent de potenciar el material propi, també va anunciar que s'apostaria pel periodisme d'investigació.

Fernández-Galiano també explicava els canvis en les pautes productives, que es duran a terme a partir del setembre, entre les quals l'externalització de diversos processos i la creació d'una secció transversal de continguts sobre

A EL MUNDO LES SECCIONS PASSEN A DOS BLOCS: UN AMB LES NOTÍCIES DE POLÍTICA, ECONOMIA I TRIBUNALS, I L'ALTRE, SOCIETAT I CULTURA

motor, estil de vida, viatges, tecnologia, habitatge, cultura, etc. que nodriran els mitjans del grup.

És una tendència general. Els mitjans no només volen que els seus periodistes siguin multimèdia sinó que la versatilitat també es doni en els continguts que tracten. I l'estructura de la redacció també canvia.

CENTRALITZACIÓ I INDIVIDUALISME

En el cas d'*El País*, les seccions s'han minimitzat molt i s'ha creat una estructura central molt forta, on són els directors d'informació, de producció, de xarxes, de coordinació editorial, etc. Una dotzena de persones que són la cúspide de tota l'organització, amb una gran responsabilitat i un gran poder central i, després, la resta de la redacció, organitzada en una secció que es diu Notícies. Hi queden vestigis de les anteriors seccions especialitzades, amb tendència a desaparèixer.

L'espai de la redacció també s'ha modificat. És una nau diàfana, sense llocs assignats per als professionals, excepte per a aquells que fan un treball més tècnic. Quan arriben, els periodistes ocupen la primera taula que troben disponible. No hi ha calaixos, disposen de taquilles per guardar els efectes personals. Tampoc hi ha ordinadors de sobretaula. La idea és adaptar tota la redacció perquè tothom accedeixi, amb el seu mòbil o portàtil, a qualsevol dels suports i editi qualsevol notícia, sigui on sigui.

Ara bé, aquesta estructura horitzontal i informal provoca alguns efectes en les pràctiques diàries dels redactors. Segons un d'ells, "abans hi havia més discussió, més debat intel·lectual a la

redacció. El fet que estigui organitzada amb un comandament central fa que l'orientació de la informació no es discuteixi”.

La secció perd pes i en guanya el nom, la signatura del periodista. Com afirma Luis Gómez, reporter d'*El País* i membre

A *EL PAÍS* ELS PERIODISTES JA NO TENEN UN LLOC ASSIGNAT NI ORDINADORS DE SOBRETAULA I LES SECCIONS S'HAN MINIMITZAT MOLT

del comitè de redacció, “anem cap a una individualització de la informació, gairebé com si es tractés d'una feina de

corresponsals. Els periodistes lliuren els textos, que són l'únic vincle amb la base central. Pot ser que alguns periodistes no passin per la redacció en tota la setmana, el contacte personal es perd”.

Amb el distanciament entre el periodista i la redacció, a més de la progressiva individualització, el mitjà pot veure diluïda la seva personalitat. Luis Gómez transmet els dubtes que li genera el model. “Si la tendència és que cada periodista vagi per lliure, si no hi ha debat intern, qui aporta la coherència? És un període complex, que genera moltes

reflexions i ningú, ni tan sols qui pren les decisions, sap què passarà”, apunta.

MANTENIR-HI LA COHERÈNCIA

El *Periódico de Catalunya* també està immers en un procés de canvi de les pautes productives que va començar el 9 de novembre i en el qual han tingut en compte la importància de mantenir la coherència de les informacions, com explica Albert Sáez, director adjunt del diari. “Intentem mantenir el mateix criteri editorial en tots els suports editorials en què apareix la firma del mitjà. I que els periodistes especialitzats en determinades àrees controlin, decideixin i executin qualsevol informació que vagi signada per ells i que vagi



Imatge de la redacció d'*El Periódico de Catalunya*, un dels diaris que ha apostat per fer un canvi en les seves pautes productives.

sota la firma d'*El Periódico*. I això mentre intentem maximitzar les exigències de cada canal; és a dir, la màxima rapidesa possible dintre dels estàndards periodístics en l'edició digital i la màxima anàlisi en el paper", explica.

Respecte a la pervivència de les àrees temàtiques, Sáez reconeix que "aquest és el canvi que podríem acabar fent en l'últim trimestre del 2016, per aconseguir un tipus d'organització en el qual es preservi l'especialització dels periodistes, que per a nosaltres és un bé de la màxima prioritat. És a dir, que la gent pugui treballar en àrees especialitzades i que pugui dedicar-se als seus temes. Tot i que és la prioritat màxima, és veritat que, en termes de continuïtat de les notícies d'última hora i

L'ESTRUCTURA HORITZONTAL I INFORMAL PROVOCA MENYS DISCUSSIÓ I DEBAT INTEL·LECTUAL SOBRE EL QUE DECIDEIX UN COMANDAMENT CENTRAL

de tasques d'edició i no de tanta especialització temàtica, sí que avançarem cap a una menor rigidesa organitzativa".

EL VALOR DE L'ESPECIALITZACIÓ

Sáez insisteix que una certa laxitud no implica, però, la desaparició de l'especialització: "La primera premissa és la més important: tenir el màxim nombre de gent possible dedicada a seguir àrees específiques de l'actualitat, perquè entenem que és el que ofereix notícies amb enfocaments propis. Tenim en el cap un model menys compartimentat, però on tothom pugui dedicar-se a una àrea especialitzada,

no on tothom faci de tot, idea que només pot servir per a l'última hora, per les

EL PERIÓDICO TAMBÉ VIU UN PROCÉS DE CANVI DE LES PAUTES PRODUCTIVES, AMB UN MODEL DE REDACCIÓ MENYS COMPARTIMENTAT

feines més d'edició o enriquiment de les notícies, però no per construir el nucli fonamental de la informació, que l'ha de fer l'especialista".

Uns canvis, propiciats pel model digital, que no només arriben al sector de la premsa escrita. Així, des de La Xarxa –que des de 2013 és una plataforma multimèdia de suport a l'audiovisual local, amb 180 mitjans adherits, als quals ajuden a ser més multimèdia i competitiu– tenen clar que operen en un entorn cada cop més multidisciplinari.

Gabriel Barragán, responsable de Comunicació i Màrqueting, admet que "amb tants adherits, aquí tenim totes les realitats possibles. Tothom és conscient que el present és la multiplataforma, la multipantalla, ser a tot arreu. Els mitjans locals no es poden permetre el luxe de ser especialistes. Són especialistes en comunicació local".

ENTRE EL CLIC I LA INFORMACIÓ

La nova estructura organitzativa de les redaccions està directament vinculada al paradigma digital. Actualment, les notícies nodreixen els continguts de les xarxes socials, i, amb les possibilitats actuals

d'anàlisi de les audiències, es produeix un fenomen que apropa els continguts de la premsa a mitjans com la televisió, on la supervivència d'un programa depèn contínuament, de l'audiència.

A *El País*, per exemple, hi ha un departament, anomenat Verne, que es dedica a crear continguts de caràcter viral, una tendència que, com comenta Luis Gómez, apareix a tota la premsa. "Si veus la pàgina d'inici de qualsevol mitjà de comunicació, hi ha un contingut informatiu i un altre que busca les audiències. A l'hora d'analitzar l'audiència, valorem més un text perquè l'ha mirat més gent o perquè el lector el considera més interessant i li ha dedicat més temps? Valorem més que deu lectors dediquin deu segons a l'article o que un lector interessat li dediqui dos minuts? Estem envoltats d'incògnites, tothom està molt pendent de què fa l'altre", afirma.

En aquest sentit, *The Guardian* és un referent que tothom observa quan es parla de transformació digital. La seva editora, Katharine Viner, va posar el dit a la nafra, el 5 de juliol, en una conferència en l'acte de l'associació d'anunciant britànics (ISBA). "El fet que els negocis encara valorin l'èxit en línia en funció del nombre de clics i que els anunciant no discriminin prou en relació amb el contingut, situa els periodistes sota una pressió que va en augment per aconseguir generar visites com a resultat", va advertir Viner. Quina ha de ser, doncs, la funció actual del periodista? Informar o incrementar el trànsit? **Ç**

Dossier
Redaccions en transformació



EL TABÚ DE L'EXTERNALITZACIÓ

Les retallades a les redaccions
han afectat la qualitat periodística

Hi ha temes que encara fan respecte a l'hora de parlar-ne, i l'externalització de les tasques periodístiques n'és una. En alguns casos, per causa de la crisi, hi ha hagut retallades. En d'altres, per culpa d'unes redaccions massa reduïdes, han augmentat, però amb uns preus molt per sota del que es pagava anys enrere. El que queda clar és que, ja sigui en un cas o en l'altre, qui surt perdent en aquesta equació laboral és la qualitat de la feina.



TEXT MAR CALPENA

Qui fa la feina en les actuals increïbles redaccions minvants? Els mitjans de comunicació han encarat sovint la reducció de costos per la via de l'externalització total o parcial de les tasques. Ara bé, com afecta el procés a la qualitat de la informació? I com repercuteix aquest fenomen en les condicions laborals?

No cal repassar gaire el panorama devastador de caigudes de les audiències, manca d'ingressos publicitaris i expedients de regulació per veure que l'estratègia d'aprimar les redaccions per tal de fer quadrar la caixa a final de mes s'ha imposat com a manera d'assegurar la viabilitat de diaris, cadenes de televisió i ràdio, a més d'altres mitjans. Reduir costos en plantilla ha generat –en teoria– una nova edat d'or per als col·laboradors a la peça que, suposadament, reben més encàrrecs que mai. Però qui són els veritables guanyadors i perdedors dels processos d'externalització?

En alguns casos, aquests processos ja ni es donen, i els clars perdedors són els freelance a qui ja no arriben peticions de feina. “Nosaltres ja no encarreguem

L'EXTERNALITZACIÓ ÉS UN TEMA SENSIBLE. MOLTES PERSONES IMPLICADES PREFEREIXEN NO PARLAR-NE PER EVITAR PROBLEMES

gairebé res”, admet la redactora en cap d'una revista mensual d'estil de vida. “Des de dins, hem quedat dues persones per redactar la majoria dels temes. Això vol dir

que, pràcticament, tot el que publiquem està tractat des d'una única òptica i que quan encarreguem temes fora és perquè realment no podem fer-los aquí, sigui per temps o per diners”.

L'externalització és un tema sensible. Moltes de les persones contactades per a aquest reportatge no han volgut parlar per

EL DECLIVI EN LA QUALITAT PASSA FACTURA A LLARG TERMINI. AIXÒ FA QUE ELS EDITORS VEGIN LES RETALLADES COM UN COST ASSUMIBLE

a CAPÇALERA, i pràcticament tots els entrevistats han volgut insistir en un moment o altre que no és un joc de sumatori zero, en el qual perdin uns i guanyin uns altres, sinó que la principal damnificada és la qualitat.

REDACCIONS EMPETITIDES

Tal com comenten els investigadors Andrea Czepek, Melanie Hellwig i Eva Nowak al llibre *Press freedom and pluralism in Europe: concepts and conditions*, “un declivi en la qualitat no és immediatament castigat pels consumidors, passa factura a llarg termini. Això

implica que els editors vegin les retallades en costos laborals com un cost assumible. A més, la motivació tradicionalment alta dels periodistes, que es limiten a treballar

amb més dedicació per tirar endavant el diari amb menys persones, contribueix a les oportunitats per a la reducció de costos a les redaccions”.

Des del Sindicat de Periodistes de Catalunya, apunten que aquest procés ignora que una redacció és una cosa viva, en què interactuen persones amb diferents interessos i que pertanyen a diferents generacions, en què les interaccions potencien la feina de tothom. Segons aquesta entitat, el

procés d'externalització ja afecta un 25-30% dels continguts dels diaris i fins a un 70-80% dels continguts de les revistes.

Fabián Nevado, assessor del Sindicat en els processos de negociació col·lectiva, assegura que “moltes redaccions s'han quedat només amb la figura del redactor que coordina la feina dels col·laboradors, el director i una persona de disseny que fa una mica de director d'art, de dissenyador i de documentalista. Això sovint deriva en el fet que els sumaris i la línia editorial es fixin en funció de les propostes d'aquests col·laboradors externs qui, al seu torn, en rebre un pagament molt baix per la feina, opten per proposar temes que no els requereixin gaire esforç”.

Nevado també explica que en les redaccions dels diaris han optat per externalitzar les tasques més mecàniques, com el disseny, la confecció de seccions –cartellera,



Cada cop hi ha més mitjans que externalitzen la feina. A la imatge, Joan Pons, redactor en cap de la revista d'O Estudio Creativo, una productora audiovisual.

agenda, etc.— o els suplementes digitals, i que queden molts pocs fotoperiodistes en plantilla.

Emergeixen, doncs, les redaccions “de dues velocitats”, on el contingut de les principals peces del paper se segueix produint des de dins, però on seccions especialitzades tan transcendents com la

està fent, des de la tardor de 2014, en cedir la secció al web *Materia*, qui al seu torn és qui contracta o encarrega les peces a periodistes externs.

"I NO ET QUEIXIS"

Des dels digitals, tanmateix, tant la perspectiva com els mecanismes són diferents, i en particular pel que fa als mitjans nascuts ja directament en el 2.0. Davant la pregunta de si en les microredaccions es perd en

coherència allò que es guanya en diversitat, Joan Pons, redactor en cap (i de fet

únic redactor, autònom) de la revista d'O Estudio Creativo —una productora audiovisual amb seu a Barcelona— comenta que “diversitat i coherència no són excloents, almenys en el nostre cas. Hi ha d’haver un esperit comú en allò que fas... Problemes: has de perseguir autònoms, que van molt escanyats perquè tothom fa mil coses. Avantatges: si algú no entrega i és un dolor perseguir-lo, no el persegueixes més i ja està”. Pons també creu que les revistes de paper acabaran subsistint els models de publicació més luxosos o, tot al contrari, els que freguin la línia amb els fanzins.

Per als periodistes freelance, l'emergència de les productores de continguts, però, també ha tingut efectes perversos que

SEGONS EL SINDICAT DE PERIODISTES, AFECTA UN 25-30% DELS CONTINGUTS DELS DIARIS I UN 70-80% DEL DE LES REVISTES

de Ciència i tecnologia es donen a productores i webs externs, tal com *El País*

INFORMACIÓ LOCAL DES D'UNA ALTRA FRANJA HORÀRIA

L'externalització dels continguts s'està donant a tot arreu. Alemanya en va ser pionera als anys noranta amb l'externalització, l'any 1995, del diari *Rhein-Zeitung*, que va transformar la redacció en una cooperativa que no estava subjecta a les tarifes col·lectives pactades entre patronal i sindicats. Eva Werner, portaveu del Deutscher Journalister Verband (DJV), explica que la situació és especialment greu en els mitjans petits de fora de Berlín, i a les corresponsalies internes, on de manera "irresponsable s'han afavorit les redaccions unipersonals".

A la Gran Bretanya i als Estats Units, la potència de l'idioma anglès no ha fet que les dues antigues grans potències mediàtiques augmentessin les audiències, sinó que al contrari, fossin les primeres a externalitzar el contingut editorial. I no es tracta només de la informació financera o borsària d'un món globalitzat (al capdavant, ja fa deu anys que Reuters té equips que treballen, des de l'Índia, elaborant informació bàsica sobre empreses de tot el món, i diversos diaris locals escocesos, com els que pertanyen al grup Scottish Provincial Press, ja fan el disseny i la preimpresió des de Nova Delhi), sinó fins i tot de periodisme local.

Als Estats Units, han sorgit plataformes com Journatic o Journtent en què periodistes de l'Índia, Filipines o Mèxic cobreixen esdeveniments locals com poden ser un ple de l'ajuntament o un partit de futbol a través de l'*streaming* per després elaborar-ne una crònica que serà revisada pels editors de cada mitjà abans de publicar-se.

van més enllà de la reducció en les tarifes derivada del fet que hi hagi un pas més en tot el procés. A la inusitada lentitud del ci-

A LES EMERGENTS REDACCIONS "DE DUES VELOCITATS", LES PRINCIPALS PECES ES FAN A DINS EL MITJÀ I LES SECCIONS ESPECIALITZADES A FORA

cle d'explotació —les peces s'acostumen a cobrar passats tres mesos de la publicació—, s'hi afegeixen entrebancs administratius i comptables de tota mena.

Una periodista freelance que treballa per a diverses d'aquestes productores de continguts comenta els nombrosos problemes amb què es troba: "És habitual que no arribis a cobrar un article ja entregat

L'EMERGÈNCIA DE LES PRODUCTORES DE CONTINGUTS HA TINGUT EFECTES PERVERSOS PER ALS FREELANCE, COM LA REDUCCIÓ EN LES TARIFES

que per raons alienes a tu ha caigut del sumari. O que t'ampliïn l'extensió quan ja has tancat el preu per a aquesta feina. O que t'encarreguin el tema i no te'n diguin la tarifa perquè "ja ho trobarem" a l'hora de facturar... O que estiguis obligat a fer tota una sèrie de tasques suplementàries, com traduir l'article al català o al castellà, buscar o fer fotos, o després haver de promoure l'article a les xarxes socials sense cobrar-ho. L'amenaça implícita és que si et queixes, hi ha molta gent darrere esperant per fer la teva feina. Que molts d'ells no són periodistes i només volen treure's quatre xavos o satisfer la vanitat signant en un mitjà? Mentre omplim espais...".

L'ESCENARI AUDIOVISUAL

L'audiovisual, per pròpies necessitats productives, marca un escenari una mica diferent al del paper. En les ràdios privades, la programació sovint s'ha externalitzat amb el condicionant que el programa

havia d'aportar els seus propis anunciants. Així s'ha aconseguit de facto una doble externalització: la dels periodistes i la dels comercials de publicitat de cada emissora.

A la ràdio pública, després d'una dècada en què la tendència va ser cap a l'externalització, els canvis d'escenaris polítics ha afavorit la reversió d'aquesta tendència. És el que passa, per exemple, a IB3, on els informatius tant de televisió com de ràdio estan en plena reforma per tal de tornar a ser assumits des de dins de la institució.

També hi ha una proposta perquè això succeeixi a BTV, on el debat se centra en quins són els espais i treballadors que han de quedar inclosos en la internalització. Perquè en els processos d'externalització o internalització dels mitjans públics hi ha zones d'ombra, com els espais tipus *magazín*, que estan a cavall entre informació o entreteniment, o els col·laboradors que fan informació local i que, a la pràctica, són quasi falsos externs. Un debat que segueix viu, i que per força haurà d'anar a més. Ç

Dossier
Redaccions en transformació



ALGORITME, REDACTOR EN CAP

Les recomanacions dels robots passen per davant
de l'edició periodística realitzada per humans

Cada cop més usuaris de mitjans digitals admeten que fan cas de les recomanacions d'articles que els fan els algoritmes automàtics i els agregadors. Els experts aconsellen a les redaccions actuals deixar enrere l'edició periodística clàssica, basada en la portada i la jerarquia de notícies, per centrar-se a aconseguir un estil propi, prestant més atenció a les xarxes socials, d'on provenen la majoria de les visites a Internet. Una nova manera de funcionar en què les màquines agafen més pes en les redaccions.



TEXT ADRIÁN CABALLERO

En els darrers anys, les noves tecnologies han irromput a les redaccions amb força. El canvi de les màquines d'escriure per ordinadors, l'arribada d'Internet, les xarxes socials, el *big data*... Fins al punt que es comença a parlar dels robots com a futurs redactors de notícies. Ara bé, la innovació en els mitjans no acaba aquí. Les màquines s'han convertit, també, en editors i poden seleccionar, fins i tot, quins són els temes que més interessin cada lector. L'informe Digital News Report d'enguany explica que un 56% dels lectors a Internet prefereixen les notícies que els recomana un algoritme en funció de les informacions consumides prèviament, xifra per sobre del 30% que segueixen confiant principalment en l'edició dels periodistes, mentre que la resta d'enquestats no va mostrar preferència per cap opció.

LES MÀQUINES S'HAN CONVERTIT, TAMBÉ, EN EDITORS I SELECCIONEN, FINS I TOT, ELS TEMES QUE MÉS INTERESSEN A CADA LECTOR

Quan parlem d'un algoritme fem referència a una eina informàtica que analitza els nostres hàbits, quines pàgines visitem i quin tipus d'articles llegim —gràcies a les conegudes galetes i a les xarxes socials— i, d'acord amb aquesta informació, ens recomana el contingut que creu que més ens agradarà visitar. Aquestes recomanacions es fan especialment visibles als agregadors de continguts, les xarxes socials i les aplicacions mòbils que utilitzem per informar-nos i guardar articles interessants.

Els webs de notícies també incorporen espais dedicats a recomanar nous articles. Algunes empreses es dediquen a oferir aquest servei als mitjans de comunicació, que monetitzen aquests espais com si es tractés de publicitat. Els articles que hi apareixen recomanats, pels quals el mitjà que els publica n'ha pagat la promoció,

implica que bona part dels principals diaris paguin perquè certs articles siguin promocionats en altres mitjans acompanyant contingut recomanat a l'usuari. La idea és pagar per fer arribar algú al nostre web, visitant un contingut del seu interès i, a

UN 56% DELS LECTORS A INTERNET PREFEREIXEN NOTÍCIES RECOMANADES PER UN ALGORITME EN BASE AL QUE S'HA CONSUMIT PRÈVIAMENT

partir d'aquí, fer que es quedi el màxim de temps possible i visiti altres continguts del nostre diari.

D'aquesta manera, explica Àlex Poderoso, enginyer informàtic especialitzat en mitjans digitals, els mitjans guanyen visites i l'usuari passa més temps al seu web i fa incrementar les mètriques que després aquests diaris convertiran en ingressos amb anuncis.

Actualment, apunta Poderoso, “els mitjans més grans tenen algoritme propi”, cosa que els permet conèixer perfectament

ELS ALGORITMES PERMETEN OFERIR UN PRODUCTE A MIDA DEL LECTOR, SENSE QUE INTERVINGUI EL CRITERI PERIODÍSTIC DE JERARQUIA INFORMATIVA

els lectors. Aquest *big data* els serveix per treballar el contingut en funció d'allò que més els interessa i oferir-lo en el format que més agrada a l'usuari. I tot sense que el criteri periodístic de jerarquia informativa hi intervingui.

EN FUNCÍO DEL LECTOR

A la pràctica, la gent confia cada cop més en aquests algoritmes. Un exemple

és el conegut web de contingut viral BuzzFeed, que segons el seu CEO, Jonah Peretti, rep un 21% de les visites gràcies a Discover, l'espai personalitzat que recomana a cada lector contingut en funció de les preferències i les lectures realitzades

amb anterioritat sense la intervenció de cap redactor en la selecció. “Les notícies que reps depenen cada cop més de qui ets”, analitza Rasmus

Kleis Nielsen, director d'Investigació del Reuters Institute.

En aquest sentit, Àlex Poderoso sentència que “cada cop més, la gent ja no busca notícies, les rep”. Una conclusió de tot plegat és que la portada d'un diari té menys importància en l'entorn digital. “Cada cop rebem menys visites de la portada i més d'enllaços a xarxes socials”, explica Ignacio Escolar, director d'*Eldiario.es*.

Els algoritmes també estan darrere les xarxes socials. Per exemple, quan obrim Twitter i ens mostra quatre o cinc piulades sota el títol de “mentre no estaves”, realment ha seleccionat quines, dels centenars de piulades que ens hem perdut, ens poden interessar més i prioritzarà aquells temes que ens agraden o acabem de llegir. Això ho aconseguim

recopilant la informació d'allò que visitem mentre no tanquem la sessió a les xarxes socials i afegim aquestes dades al contingut que publiquen els nostres amics i gent a la que seguim.

Posicionar-se bé aquí és important per a qualsevol mitjà, ja que, segons el mateix informe, elaborat pel Reuters Institute, un 60% de la població considera les xarxes socials com una de les fonts d'informació.

QUÈ SÓN LES GALETES (COOKIES)?

A l'entorn d'Internet es parla de *galetes* per referir-nos als arxius que cada web emmagatzema al nostre navegador i que serveixen per guardar un tipus d'informació sobre nosaltres que, al tornar a visitar aquell web, li permetran adaptar-ne els continguts, idioma, presentació, etc. a nosaltres. Sovint les galetes guarden informació com l'usuari i la contrasenya, l'idioma o la configuració escollida en un moment determinat, així com el nostre historial de compra si es tracta d'una botiga en línia.

Són aquestes galetes, també, les que ens permeten que, quan comprem a Internet, un carretó de la compra recordi en tot moment quins articles hem seleccionat prèviament. A més, permeten recordar dades més personals com la direcció IP i els altres webs que visitem. Per això passa que després d'haver estat visitant un parell de botigues per comprar-nos unes sabates, al web següent que visitem, per exemple la d'un diari qualsevol, l'anunci que se'ns mostra és el d'unes sabates com les que volíem.

A més, per a un 28% dels menors de 24 anys són la principal font de notícies i superen fins i tot la televisió (24%) i només per sota dels mitjans en línia (46%).

EL ROL HUMÀ

El fet de llegir per recomanacions basades en les nostres preferències –o, fins i tot, les dels nostres amics– suposa que la gent pugui estar rebent només contingut d'uns temes determinats i amb un biaix concret i es perden, potser, informació molt im-

gnorar punts de vista diferents respecte dels temes que els interessin.

En aquest sentit, un dels principals reptes és, per a Kleis Nielsen, “oferir a la gent contingut relacionat amb els seus interessos particulars i, al mateix temps, connectar-los amb un món més ampli”. I tot, continua Nielsen, “mentre es demostra al lector el valor d'obtenir aquest contingut des de mitjans de comunicació en lloc dels intermediaris digitals”, com les grans empreses tecnològiques i els agregadors.

"CADA COP REBEM MENYS VISITES DE LA PORTADA I MÉS D'ENLLAÇOS A XARXES SOCIALS"

Ignacio Escolar, *Eldiario.es*

portant del dia a dia i altres punts de vista dels seus temes preferits. Al mateix temps que la gent confia en aquests algorismes, un 70% dels espanyols enquestats al Digital News Report reconeix estar preocupats per perdre's informació important i un 67% admet també preocupació per

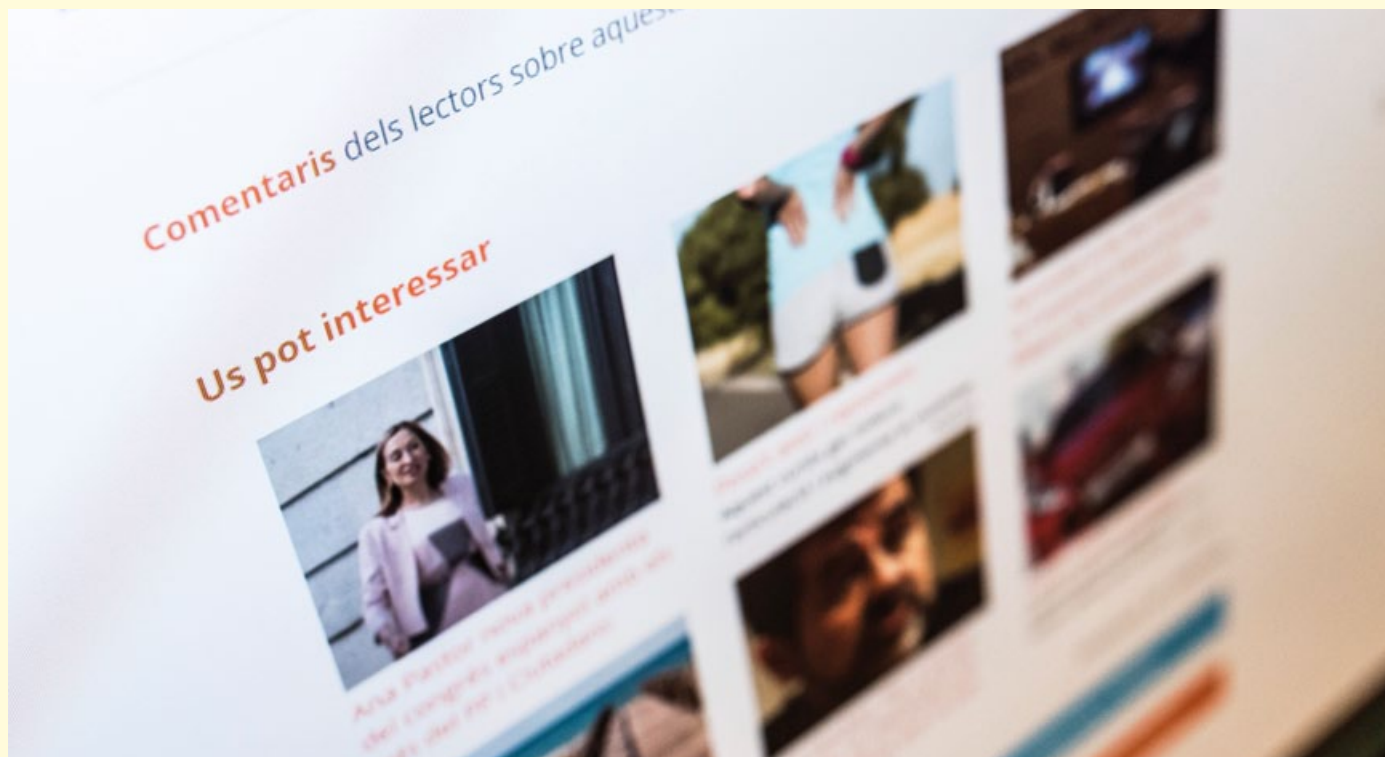
els algorismes, encara més gent té reserves sobre el periodisme”, tal com expressa el director d'investigació del Reuters Institute. En aquest sentit, Àlex Poderoso recomana que, en els mitjans digitals, la línia editorial s'ha de centrar en “quin tipus de contingut es fa i com es fa”,

No sembla tasca fàcil el que proposa Nielsen, i encara menys “en un món on, si bé hi ha gent que té reserves sobre

AGREGADORS INTEL·LIGENTS

Existeixen diferents aplicacions per a mòbil i tauleta d'agregadors de notícies que, amb ajuda d'un algorisme, ens permeten tant llegir contingut que hem guardat prèviament com recomanar-nos nous articles. Aquestes són les més conegudes:

- Flipboard: Revista social amb un disseny molt visual. A partir de les preferències temàtiques ens suggereix notícies dels principals diaris. Depenent de quin tipus de contingut consumim des d'aquesta aplicació, ens en recomanarà en funció dels nostres gustos.
- Get Pocket: Pensada inicialment per emmagatzemar i compartir articles que volem llegir més tard, l'aplicació aprèn el que ens agrada a partir d'aquests articles i ens recomana les darreres novetats sobre els mateixos temes.
- Pulse: Aplicació relacionada inicialment amb la xarxa social LinkedIn, permet a l'usuari escollir entre contingut professional i de qualitat de diaris impresos, en línia, blocs o xarxes socials. Com la resta, actua de manera que acaba coneixent les preferències de l'usuari.
- Menéame: Un dels agregadors de continguts més famosos i utilitzat a Espanya i amb una comunitat d'usuaris actius molt gran que actua com a filtre. Les notícies es destaquen en funció de la valoració que els mateixos usuaris en fan.



Les recomanacions d'altres articles elaborades per algoritmes ja són un fet habitual en la gran majoria de mitjans digitals.

oblidant-se de la portada i la jerarquia de notícies. Considera que “s’ha de conèixer un diari per la manera d’informar, pel seu

"MOLTS PERIODISTES SE SENTEN INCÒMODES AMB EL FET QUE UN ALGORITME DETERMINI EL QUE UNA PERSONA LLEGEIX" Kleis Nielsen, Reuters Institute

estil i pel tipus de temes que tracten”, no tant per la jerarquia o relació a l’hora de presentar-los o empaquetar-los.

En la mateixa línia, s’expressa Ignacio Escolar, que presumeix que el seu diari és el tercer en trànsit a la Xarxa, i argumenta que això no s’aconsegueix “movent molt bé un teletip a la Xarxa, sinó treballant bona informació pròpia, exclusiva”.

Per això, i malgrat que Kleis Nielsen cregui que “molts periodistes se senten incòmodes amb el fet que les recomana-

cions d’un algoritme determinin el que una persona llegeix”, el treball dels professionals canvia a les redaccions i suposa un repte per a les capçaleres mateixes, si bé segueix sent-ne el més important i sent responsabilitat dels professionals treballar les informacions i

oferir al lector un contingut propi i amb un segell personal.

LA LECTURA A PARTIR DE RECOMANACIONS BASADES EN LES NOSTRES PREFERÈNCIES SUPOSA REBRE CONTINGUT AMB UN BIAIX DETERMINAT

El que també confirmen les dades del darrer Digital News Report és que el futur dels periodistes ha d’anar de la mà de l’acceptació del nou paper que tenen el *big data* i els algoritmes informàtics.

“Es perd el poder de triar però això no és dolent”, assegura Poderoso, qui considera que és hora que “els digitals deixin de beure del periodisme imprès”. Els editors, recomana, “han de treballar els continguts com a peces que puguin posicionar-se i tenir un recorregut viral per la Xarxa per captar lectors”.

Mitjans digitals d’èxit, com *Eldiario.es*, confirmen que la professió ha entès el missatge. “Fins a l’arribada d’Internet, no sabíem qui era el lector”, comentava el seu director, Ignacio Escolar, dos anys enrere en una entrevista a *Report.cat*, el setmanari digital del

Col·legi de Periodistes. Actualment, els algoritmes i la informació emmagatzemada amb les galetes i les xarxes socials, faciliten conèixer encara millor el nostre lector i oferir-li contingut més adient. Ç

APRENENTS DE DEMÒCRATES

Es compleix mig segle de la creació, en ple franquisme,
del Grup Democràtic de Periodistes

TEXT JOAQUIM ROGLAN
FOTO VICENTE PRUNA



Quatre dels fundadors del Grup Democràtic de Periodistes. D'esquerra a dreta: Joan Anton Benach, Josep Maria Cadena, Pere Pascual Piqué i Pere-Oriol Costa.

L'abril de 1966, un petit grup de periodistes es va trobar amb l'objectiu de crear una organització que, enmig de la dictadura i d'una repressió important en els mitjans de comunicació, impulsés l'esperit democràtic en una professió mancada de llibertat. En plena Transició, quan aquella xarxa unitària antifranquista es va dissoldre discretament, comptava amb més d'un centenar de militants, col·laboradors o simpatitzants. Mig segle després de ser creada és el moment de reconèixer l'obra i el llegat del Grup Democràtic de Periodistes.

Fa cinquanta anys, un dissabte d'abril de 1966 que ningú recorda exactament, un petit grup de periodistes de Barcelona es reuneix al restaurant del Col·legi d'Arquitectes. En un espai discret per passar desapercebuts, funden una organització clandestina per lluitar pels drets democràtics i professionals. En plena dictadura, són els pioners de la represa de l'esperit democràtic del periodisme que havia estat estroncat per la Guerra Civil i la repressió militar.

Aquell 1966, només un cinc per cent dels periodistes que havien exercit durant la República continuaven en actiu. La resta, afusellats, exiliats o depurats per

DE LA PRIMERA TROBADA DELS MEMBRES FUNDADORS, PER SEGURETAT, NO VA SORTIR CAP LLISTA NI DOCUMENT

ser republicans, esquerrans, anarquistes, nacionalistes, de dretes, de centre, monàrquics, liberals o falangistes decebuts per la dictadura de Franco i contraris al genocidi

posterior a la guerra. Els fundadors del Grup Democràtic de Periodistes (GDP) eren nens de la guerra, i havien començat

ENMIG DE LA DICTADURA, VAN FUNDAR UNA ORGANITZACIÓ CLANDESTINA PER PODER LLUITAR PELS DRETS DEMOCRÀTICS I PROFESSIONALS

a exercir el periodisme quan el franquisme feia paleses les primeres contradiccions internes. Són la primera generació de periodistes de la postguerra.

Els professionals que funden el GDP són: Joan Anton Benach, Josep Maria Cadena, Lorenzo Contreras, Josep Faulí, Antonio Figueruelo, Mateo Madridejos, Pere Pascual Piqué, Joan Pedret, Josep Pernau i Rafael Pradas. La cadira reservada de Pere Oriol Costa estava buida perquè feia el servei militar a Jaca. La xifra exacta oscil·la entre vuit i dotze persones, ja que del restaurant no va sortir cap llista ni cap document per raons de seguretat en cas de detencions.

Entre els comensals no hi havia un actiu militant inicial del GDP com Josep Maria Huertas Claveria, perquè era estudiant. Huertas havia redactat un document en una reunió prèvia en el qual suggeria diverses normes i diversos

noms de periodistes per formar l'organització, proposava fer campanyes conjuntes de premsa i crear un grup d'influència dins l'Associació de la Premsa, l'entitat que llavors representava els periodistes. Molts anys després, acabada la dictadura, esdevindria l'actual

Col·legi Professional de Periodistes, un dels principals llegats dels membres del GDP a la història del periodisme a Catalunya.

RESISTENTS EN UN CONTEXT DIFÍCIL

En els pocs documents que es conserven, ja hi constava la voluntat de formar un grup que no diferenciava entre catalans i castellans, que no admetia totalitarismes i que no seria dominat ni controlat per cap tendència política ni confessional.

En posteriors trobades, sempre d'amagat, van participar cada vegada més periodistes fins que, quan el GDP es va dissoldre l'any 1976, ja es comptabilitzaven més de cent militants, col·laboradors compromesos i simpatitzants. El GDP va ser una organització de resistència sense cap altra d'igual o semblant a Espanya i va convertir Catalunya en la capdavantera de la democratització del periodisme. També va omplir el buit generacional que havia deixat la Guerra Civil, va iniciar la represa



NOMBROSOS MILITANTS

En aquest article, només se citen les persones que van fundar el GDP. La llista completa de militants, col·laboradors i simpatitzants es troba al llibre *El Grup Democràtic de Periodistes (1966-1976). Crònica d'un periodisme esperançat*, que va editar el Col·legi de Periodistes de Catalunya l'any 1992.

democràtica i va recuperar la tradició periodística catalana, sempre fidel i compromesa al servei del país i de la societat.

Un altre llegat va ser un corpus ètic i deontològic que va marcar profundament les joves promocions de periodistes de la Transició. Algunes reivindicacions d'aquella ètica i aquella deontologia encara són pendents pel que fa a l'aprofundiment de

QUAN, EL 1976, EL GRUP ES VA DISSOLDRE TENIA MÉS DE CENT MILITANTS, COL·LABORADORS COMPROMESOS I SIMPATITZANTS

la llibertat d'expressió i a la dignificació i la independència de la professió informativa en l'era digital i cibernètica.

Difícil d'entendre i de comprendre per a les noves promocions de periodistes, nascudes i formades amb els drets democràtics, el GDP neix sota una dictadura

que censurava, afusellava, matava a garrot vil i empresonava tota dissidència. Els membres del grup es jugaven la feina, la professió i la llibertat, com es va comprovar en els casos Huertas i Xavier Vinader, empresonats pel delictes d'informar.

La xifra de segrests, sancions, multes i tancament de publicacions es compatibi-

NO HI HAVIA RES SEMBLANT A ESPANYA, AIXÍ QUE CATALUNYA ES VA CONVERTIR EN LA CAPD'AVANTERA DE LA DEMOCRATITZACIÓ DEL PERIODISME

litzava per centenars any rere any, especialment a partir de 1966, quan un sector de professionals i de publicacions van decidir provar i forçar els límits de la Ley de Prensa del mateix any, aprovada pel ministre de Información y Turismo, Manuel Fraga Iribarne.

La Llei Fraga va canviar la censura prèvia per la censura posterior. Va afavorir una mica més de llibertat, però també més control i repressió dels periodistes i mitjans de comunicació que es consideraven desafectes al Règim. El Codi penal es va reformar i s'hi va afegir una Ley de Secretos Oficiales pensada per emmordassar la premsa.

El GDP va treballar en tres línies d'actuació. La primera dins dels diaris, influint en les redaccions, les notícies i les línies editorials. La segona com a un grup d'oposició dins l'Associació de la Premsa. I la tercera, subministrant a la premsa internacional notícies que no es podien publicar a Catalunya.

El contacte entre els militants i les accions conjuntes van crear una xarxa informativa subterrània que anava fent una premsa democràtica com si Catalunya fos ja la democràcia que un dia tornaria a ser.

Per entendre com va ser possible el naixement i creixement d'aquesta xarxa, cal tenir en compte que en aquella època hi havia pocs diaris i pocs periodistes, tots es coneixien i s'havien format a l'Escuela Oficial de Periodismo o a l'Escuela de

L'Església (CIC), ambdues a Barcelona i amb professors de prestigi, demòcrates i antifranquistes. Com a exemple, la segona promoció del CIC es

va anomenar Regis Debray, en honor al periodista que va entrevistar per última vegada el guerriller Che Guevara. El Ministerio de Información y Turismo va amenaçar amb tancar l'Escuela de l'Església i invalidar-ne els títols.

COMPLICITAT GENERACIONAL

Una feina sorda i constant del GDP va ser presentar una candidatura a les eleccions de l'Associació de la Premsa. Van ser derrotats per la llista oficialista, però van aconseguir suprimir les festes patronals per protestar contra la congelació de salaris. Les vagues estaven prohibides. També va ser significatiu que setanta-un periodistes tinguessin el valor de signar una carta de suport a Néstor Luján, director

de la revista *Destino*, quan va comparèixer davant el Tribunal de Órden Público (TOP) per haver publicat una carta d'un lector. EL TOP era un tribunal especial dedicat a la repressió de tota activitat política o social desafecte a la dictadura.

Eren les primeres etapes d'una llarga complicitat entre els veterans periodistes demòcrates i una nova generació que arribava a la premsa. Margarita Rivièrè, una de les primeres militants del GDP, els va anomenar aprenents de demòcrates. Era la cadena de transmissió de coneixements i de valors democràtics entre generacions. La fraternitat dels mestres i els aprenents. La primera experiència d'una xarxa

TENIEN TRES LÍNIES D'ACTUACIÓ: INFLUIR DINS DELS DIARIS, EN ELS MITJANS ESTRANGERS I FENT OPOSICIÓ DINS L'ASSOCIACIÓ DE LA PREMSA

unitària antifranquista. Es volia ajudar a guanyar la llibertat i la democràcia. La finalitat última era no ser una organització necessària quan arribés la democràcia. Es van dissoldre una dècada després tan discretament com quan es va crear.

En la documentació que s'ha conservat sobre el GDP, hi ha idees i conceptes com ser un instrument de foment i defensa dels ideals democràtics en els mitjans i aconseguir un clima de llibertat civil resultant del reconeixement polític en totes les esferes i del respecte i protecció dels drets individuals i socials dels ciutadans. També defensaven que la lliure difusió de les idees i dels fets és un dels fonaments d'un ordre democràtic i denunciaven que les normes i estatuts de la professió i de les empreses editores no satisfien les exigències de la convivència en la llibertat i la justícia i privaven a la comunitat del dret a una informació i a diverses opinions.

Per això, proposava transformar les entitats professionals d'acord amb els ideals democràtics i una sèrie d'accions inspirades en els mateixos principis. Les més destacades: introduir dirigents demòcrates a l'Associació de la Premsa, diàleg i col·laboració amb els organismes unitaris de la resistència antifranquista, defensa dels periodistes represaliats per actuar a favor de la democràcia i

Catalunya, divulgar les notícies silenciades pel Règim, presa de posició pública sobre fets puntuals i pressió sobre situacions laborals injustes derivades de la defensa dels valors democràtics. Vist des d'ara pot semblar elemental i normal, però quan es va redactar aquest document tot el que s'hi deia era delictes.

EL CONTACTE ENTRE ELS MILITANTS I LES ACCIONS CONJUNTES VAN CREAR UNA XARXA SUBTERRÀNIA QUE ANAVA FENT UNA PREMSA DEMOCRÀTICA

Els delictes els perseguia la policia política, amb agents i confidents dedicats a vigilar i controlar els periodistes. Les proves dels seguiments i controls són les fitxes policials amb els antecedents professionals i polítics de membres del GDP. Sobre alguns d'ells, s'afirmen coses com "de idees catalanistes", "desafecto al règimen", "se

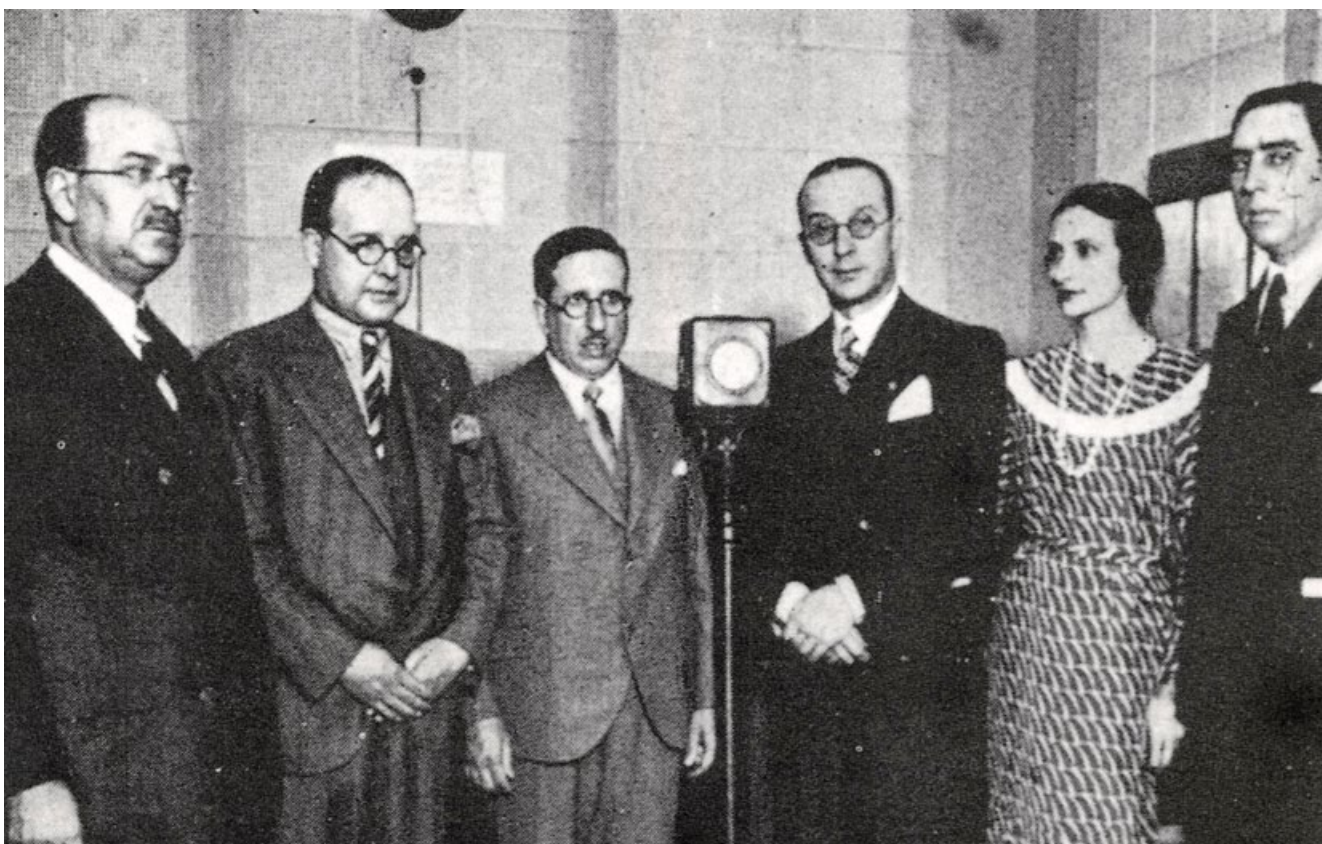
relaciona con Comisiones Obreras", "pertenece al Opus Dei", "le une cierta amistad con un catedrático de Derecho", "es persona bienintencionada pero de gran ingenuidad para poder ser manipulada", "es demócrata-cristiano-nacionalista y se relaciona con intelectuales", "pronuncio frases en catalán ante la Guardia Civil", "catalanista teórico", "independiente y contrario al Rey", "no plantea problemas", "catalanista-separatista con tendencia izquierdista", "su pensamiento político es el liberalismo", "comunista", "profesor peligroso

porque es muy inteligente"... Podria semblar surrealista i tragicòmic, si les dictadures no fossin reals. I sembla impossible que encara hi ha intents i temptacions antidemocràtiques d'asfixiar la llibertat d'expressió que tant va costar de guanyar al GDP, i als successors. I la seva resistència democràtica continua. Ç

VÍCTIMES DE L'EXILI

La Guerra Civil espanyola va deixar el país
sense la majoria dels periodistes

TEXT JOSEP M. FIGUERES



El consell directiu del programa *L'Hora Catalana*, portaveu dels exiliats catalans, en ocasió del sisè aniversari de l'emissió radiofònica que va començar a Veneçuela el 1953 i que, posteriorment, també es va emetre, amb el mateix nom, en altres països.

La Guerra Civil va ser un autèntic drama per a la professió catalana ja que, per una banda, va implicar la desaparició de nombrosos mitjans però, d'altra banda, perquè va provocar l'exili de molts professionals. Algunes fonts van arribar a calcular que vuit de cada deu periodistes catalans es va haver d'exiliar. Molts ja no van poder tornar. Un tall en sec en una professió que, als anys trenta, havia viscut una època d'or amb nombroses capçaleres de gran qualitat.

El 1936, el teixit periodístic català era un model d'èxit. Catalunya disposava d'una trentena de diaris en català, una quarantena en espanyol i un ampli ventall de revistes amb incidència arreu del territori que abastaven pràcticament tots els camps temàtics. A més, la premsa barcelonina era comparable a la de qualsevol capital europea, amb revistes reconegudes com *D'Ací i d'Allà*, *Mirador*, *Papitu* o *En Patufet*. D'altra banda, a les capitals de comarca s'editava premsa especialitzada, setmanaris, diaris i, en conjunt, hi havia una producció de bona qualitat adreçada a un públic interessat. En aquest marc s'hi havien d'incloure, també, emissores de ràdio, a més d'un bon nombre de fotògrafs i dibuixants.

També, la premsa periòdica no diària abastava molt més que l'àmbit especialitzat i erudit-literari, religiós, etc.— ja

EL PRIMER EXILI ÉS L'ESTIU DEL 1936, QUAN LA MAJOR PART DE PERIODISTES DE PUBLICACIONS CATÒLIQUES VAN HAVER DE MARXAR

que també tenia èxit amb setmanaris d'impacte en el camp de la premsa esportiva, política, humorística... Així doncs, la professió periodística era una organització

dinàmica i reeixida que ocupava un gran nombre de persones. Prova d'això és que l'Agrupació Professional de Periodistes, vinculada a la UGT, tenia quasi cinc-cents periodistes inscrits. Ara bé, tot aquest panorama tan ric i divers va desaparèixer quan la República i la Generalitat van perdre la guerra.

TRES EXILIS

La guerra, i sobretot la derrota republicana, va suposar l'exili d'una part molt important de la professió periodística. En realitat, es van donar tres exilis, tot i que s'acostuma només a parlar del darrer d'aquests.

El primer exili va donar-se el mateix juliol i agost del 1936 arran del cop d'estat militar contra la legalitat republicana. En aquesta primera fugida, hi havia la major part de periodistes pertanyents a publicacions catòliques —*El Matí*, *La Cruz*...— o conservadores —*La Veu de Catalunya*, *La Vanguardia*... Uns ho

van fer en barca a la Costa Brava, altres pel túnel de Portbou, etc., però sovint amb la connivència de la Generalitat, que va vetllar per la seva seguretat.

Unes dotzenes de periodistes fugiren, dins el conjunt de gairebé set mil persones. No es pot dir el mateix, en canvi, de la zona rebel, on cap vaixell va sortir. Així, van marxar periodistes com Carles Soldevila, Valentí Castanys, Octavi Saltor... i directors com Joaquim Pellicena (*La Veu de Catalunya*) o Agustí Calvet, *Gaziel* (*La Vanguardia*). També editors i gerents com el comte de Godó o Ramon d'Abadal. S'escapaven com podien, fins i tot quatre de *La Veu* van marxar en grup com explicaria Albert Manent. Efectivament, Joan Costa i Deu, Joan B. Solervicens, Carles Sentís i Modest Sabaté, es van escapar en un cotxe de la Generalitat que els va recollir per després, els tres primers, dedicar-se a atacar la República.

Els periodistes exiliats es decantaren en funció de la seva ideologia. Així, Joan Estelrich es va posar al servei de Cambó i la important oficina de propaganda del Servicio de Información de Fronteras del Nordeste de España (SIFNE), mentre que Eugeni Xammar o Josep Carner seguiren fidels a la República.

Els exiliats, doncs, es van posicionar de la mateixa manera que els de dins, els que seguïen a l'interior, s'havien *significat* o s'havien mantingut *indiferents*, en llenguatge de l'època. Si bé els que van haver



ELS QUE VAN MARXAR

Nom	Publicació representativa *	País
Diego Abad de Santillán	<i>Tierra y Libertad</i>	d. França i Argentina
Màrius Aguilar	<i>La Noche</i>	d. França
Felipe Alaiz	<i>Solidaridad Obrera</i>	d. França
Manuel Alcántara	<i>La Noche</i>	r. Mèxic
Pere Pagès, Víctor Alba	<i>La Batalla</i>	d. França i Estats Units
Claudi Ametlla	<i>Agència Havas (Fabra)</i>	d. França
Josep Amich "Amichatis"	<i>El Día Gráfico</i>	d. Xile
Amadeu Aragay	<i>La Terra</i>	r. França i Mèxic
Francesc Arnó	<i>La Humanitat</i>	c. França
Jordi Arquer	<i>Justícia Social</i>	c. França i Mèxic
Avel·lí Artís, Tísner	<i>El Be Negre</i>	c. França i Mèxic
Josep Artís	<i>La Mainada</i>	- França i Mèxic
Lluís Aimamí i Baudina	<i>La Rambla</i>	c. França i Mèxic
Lluís Vagaría	<i>La Vanguardia</i>	c. França i Cuba
S. M. Balius, Jaime Balius	<i>Solidaridad Obrera</i>	c. França
Josep Bartolí	<i>L'Esquella de la Torratxa</i>	c. Estats Units
Vicenç Bernades	<i>L'Esport Català</i>	d. França-Cuba
Amadeu Bernadó	<i>Treball</i>	r. França
Artur Bladé i Desumvila	<i>L'ideal de l'Ebre</i>	d. França i Mèxic
Francesc Boix	<i>Juliol</i>	c. França
Eduard Borràs	<i>El Día Gráfico</i>	c. Cuba i Argentina
Just Cabot	<i>Mirador</i>	d. França
Agustí Cabruja	<i>L'Autonomista</i>	r. França i Mèxic
Pere Calders	<i>Diari Mercantil</i>	c. França i Mèxic
Agustí Calvet, Gaziel	<i>La Vanguardia</i>	d. França i Bèlgica
Josep M. Capdevila	<i>La Paraula Cristiana</i>	d. Colòmbia
Lluís Capdevila	<i>Catalunya Antifeixista</i>	d. Andorra i França
Eusebi Carbó	<i>Más lejos</i>	d. França i Mèxic
Josep Carner	<i>La Publicitat</i>	c. Mèxic i Bèlgica
Joan Casanellas	<i>El Fuet</i>	d. Argentina i Mèxic
Agustí Centelles	<i>La Vanguardia</i>	c. França
Mari Civera	<i>Mañana</i>	d. França i Mèxic
Mercè Comaposada	<i>Mujeres Libres</i>	c. França
Manuel Cruells	<i>Diari de Barcelona</i>	c. França
Andreu Dameson	<i>Le Miroir</i>	c. França i Argentina
Daniel Domingo	<i>L'Hora</i>	d. França
Odó Duran d'Ocón	<i>La Veu de Catalunya</i>	c. França i Mèxic
Josep Escuder	<i>Última Hora</i>	c. Nova York
Àngel Estivill	<i>La noche</i>	r. França i Mèxic
Antoni Fabra i Ribàs	<i>El Socialista</i>	d. Suïssa i Colòmbia
Lluís Ferran de Pol	<i>Oreig</i>	c. França i Mèxic
Joan Ferrer i Fariol	<i>Catalunya</i>	d. França
Pere Foix	<i>Solidaridad Obrera</i>	c. França i Mèxic
Manuel Fontdevila	<i>Heraldo de Madrid</i>	d. Argentina
Carles Fontserè	<i>L'Esquella de la Torratxa</i>	c. França i Mèxic
Vicente Galindó, Fontaura	<i>Al Margen</i>	d. França
Joan Gols	<i>Ràdio Barcelona (rev.)</i>	c. França i Veneçuela
Emili Granier Barrera	<i>Justícia Social</i>	d. França

Nom	Publicació representativa *	País
Domènec Guansé	<i>Revista de Catalunya</i>	c. França i Xile
Ernest Guasp	<i>L'Esquella de la Torratxa</i>	c. França i Mèxic
Roma Jori i Llobet	<i>La Lucha</i>	d. França
Josep M. Lladó	<i>La Humanitat</i>	d. França
Carlos Madrigal (Paco Madrid)	<i>La Humanitat</i>	c. Argentina
Josep Manyé, Jorge Marín	<i>BBC</i>	c. Anglaterra
Enric Manubens	<i>El Diluvio</i>	c. França
Pere Mas i Parera	<i>Gaset de Vilafranca</i>	d. Argentina
Paulí Massip Roca	<i>La Vanguardia</i>	d. França i Mèxic
Pere Matalonga	<i>La Rambla</i>	r. Mèxic
Jaume Miravittles	<i>Comissariat de Propaganda</i>	d. França i Estats Units
Josep Miret	<i>[Treball]</i>	d. França
Narcís Molist i Fàbrega	<i>Avany</i>	d. França i Mèxic
Federica Montseny	<i>La Revista Blanca</i>	c. França
Rafael Moragues	<i>La Publicitat</i>	r. França
Anna Murià	<i>Diari de Catalunya</i>	d. França i Mèxic
Josep Navarro i Costabella	<i>La Veu de Catalunya</i>	r. França i Mèxic
M. del Carme Nicolau	<i>La Dona Catalana</i>	r. França
Teresa Pàmies	<i>Juliol</i>	r. França i Mèxic
Domènec de Bellmunt	<i>La Rambla</i>	d. França i Andorra
Ramon Peypoch	<i>Ciència</i>	d. Mèxic
Josep Peirats	<i>FAI</i>	d. França
Marcel·lí Perelló	<i>Diari de Barcelona</i>	d. França i Mèxic
Artur Perucho	<i>Treball</i>	d. França i Mèxic
Ermós Plaja	<i>Acràcia</i>	d. França i Mèxic
Irene Polo	<i>Imatges</i>	r. Xile
Josep Pous i Pagès	<i>Ràdio Barcelona</i>	c. França
Josep Rebull, David Rey	<i>La Batalla</i>	a. França
Sònia Reyes i Mas	<i>La Rambla</i>	c. Mèxic
Vicenç Riera Llorca	<i>L'Opinió</i>	c. França i Mèxic
Mercè Rodoreda	<i>Companya</i>	c. França i Suïssa
Josep Roure Torent	<i>Meridià</i>	d. Mèxic
Antoni Rovira i Virgili	<i>La Nau</i>	d. França
Joan Sales	<i>La Nau</i>	r. França i Mèxic
Àngel Samblancat	<i>El Diluvio</i>	d. França i Mèxic
Anton i M. Sbert	<i>La Humanitat</i>	c. França i Mèxic
Brauli Solsona	<i>El Noticiero Universal</i>	r. França
Rafael Tasis	<i>Mirador</i>	c. França i Mèxic
Abelard Tona i Nadalmai	<i>Lluita</i>	r. Mèxic
Manuel Valldeperes	<i>Meridià</i>	d. França i Rep. Dom.
Joaquim Ventalló	<i>L'Opinió</i>	d. França
Emili Vigo	<i>La Humanitat</i>	c. França
Alfons Vila, Shum	<i>L'Esquella de la Torratxa</i>	c. França i Rep. Dom.
Adrià Vilalta	<i>El Diluvio</i>	c. França i Mèxic
Antoni Vilalta	<i>L'Opinió</i>	c. Bèlgica i Mèxic
Emilià Vilalta	<i>El Diluvio</i>	c. França i Mèxic
Eugeni Xammar	<i>Ahora</i>	c. Estats Units
Josep M. Xicota	<i>La Publicitat</i>	c. Xile

*Càrrec, d.: director; r.: redactor; c.: col·laborador; rc.: redactor en cap; a.: administrador.



A dalt, Josep Maria de Sagarra, al 1938 a l'estada a Tahití on va anar-hi durant el viatge de noces que va fer quan estava a l'exili. Després, aquell mateix any s'instal·laria a París. A la dreta, Nicolau d'Olwer, periodista i polític que es va exiliar a França i Mèxic des d'on va col·laborar amb publicacions com *Revista de Catalunya* i *El Poble Català*.



A dalt, Pere Calders (esquerra) i Tísner (dreta) a l'exili en una foto que es va prendre entre 1939 i 1940.

de fugir ho van fer, sovint, de manera inversemblant: Ignasi Agustí en un vaixell alemany, Manuel Brunet per les muntanyes de Núria, Josep M. de Sagarra va anar fins a la Polinèsia on, pagat per Cambó, s'hi va estar tranquil, escrivint.

Sagarra havia hagut de fugir pels versos satírics que *El Be Negre* li va publicar quan el periodisme no era només informació i opinió sinó també poesia, humor, literatura i, per tant, els escriptors s'hi vinculaven estretament.

De la mateixa manera que es perseguia un dirigent per seguir una opció política, també se'l volia castigar per l'acció periodística, ja que ambdues coses eren indistingibles. Així, a Nicolau d'Olwer se'l perseguiria, el 1939, per republicà en tant que dirigent d'Acció Catalana, però també pels articles a *La Publicitat*.

Alguns periodistes de les esquerres republicanes catalanistes que s'havien mostrat contraris al pistolisme de la FAI es van adonar de la gravetat de la situació. L'as-

sassinat, per part d'aquesta organització anarquista, de Josep M. Planas en va ser un avís. Alguns van marxar immediatament, com Rossend Llates, Joaquim Ventalló, Josep M. Lladó o Avel·lí Artís (*Tísner*). I és que la FAI tenia llistes negres. Alguns, posteriorment, tornarien i s'allistaren a files, com el mateix *Tísner*.

En aquest context delicat i violent, la Generalitat de Catalunya va actuar com un

PERIODISTES DE LES ESQUERRES REPUBLICANES CATALANISTES, CRÍTIKS AMB LA FAI, VAN FUGIR, COM ROSSEND LLATES O JOAQUIM VENTALLÓ

bon govern que el primer que havia de fer era protegir la seguretat dels seus ciutadans encara que fossin adversaris del règim polític republicà. Va facilitar-los la sortida, tot i saber que molts, com així va ser, després anirien a Sant Sebastià a lluitar, amb l'estilogràfica o amb el fusell, contra la República. Per tant, va ajudar els seus ciutadans atès que no podria protegir-los a casa.

EL MÉS MULTITUDINARI

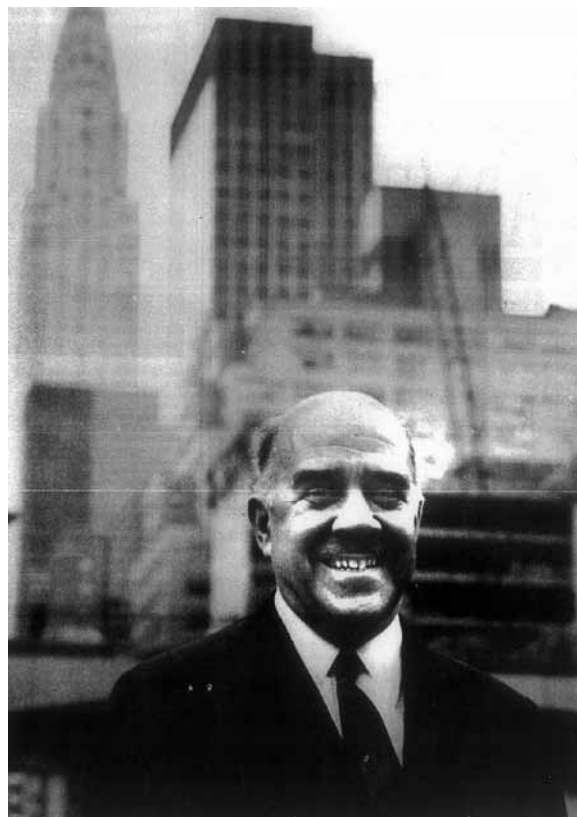
El tercer exili és el més important, tant quantitativament pel nombre de persones com qualitativament pels noms dels afectats. L'abast d'aquest exili és molt considerable perquè va fugir gent de totes les professions. És, doncs, un èxode de magnitud bíblica. Per tant, es fa difícil escatir quants eren els periodistes, ja que als diaris hi escrivien polítics de manera continuada, escriptors que eren redactors o actius col·laboradors, a més de fotògrafs, etc.

Tanmateix, si consideréssim els que vivien estrictament només de la feina,

serien pocs. La relació que n'ofereim (desglossament), tot i no ser exhaustiva i mancar-n'hi molts noms, és la més àmplia que s'ha pogut elaborar i representa una repressió que contradeia totes les lleis internacionals i un règim que es proclamava cínicament cristià i defensor dels valors religiosos. Un règim que afusellava catòlics com Carrasco i Formiguera o



A dalt, a casa de Joan Sales a la població mexicana de Coyoacan, Sales amb Raimon Galí, Ferran de Pol, la filòloga galesa Emyllt T. Lawrence, preparen la correspondència de *Quaderns de l'exili* (1943-1947) una de les publicacions més actives de l'exili en aquest país. Foto: Arxiu Serra d'Or. A la imatge de la dreta, Rafael Tasis a Nova York el 1966. Havia tornat el 1948 a Barcelona, on va ser un important enllaç amb el món de l'exili.



innocents amb contravencions jurídiques absolutes com Carles Rahola. El fran-

VA MARXAR MOLTA GENT, JA QUE PRÀCTICAMENT TOTA LA INTEL·LECTUALITAT, PERIODISTES INCLOSOS, EREN REPUBLICANS I CATALANISTES

quisme no va tenir el seu Nuremberg i els fills dels assassins heretaren poder, prestigi, diners i propietats en bona part aconseguides per l'espoli de les víctimes. Darrere cada nom de la llista hi ha un drama.

Van ser tants els periodistes que van haver de marxar que potser seria més fàcil veure qui es queda, amb un predomini dels *indiferents* o, en llenguatge de l'època, dels *no significats*, difícil quan a Catalunya pràcticament tota la intel·lectualitat, periodistes inclosos, eren republicans i catalanistes.

O sigui *rojo-separatistas*, cosa que implica un passaport per al camp de concentració franquista, un altre episodi esborrat de la memòria col·lectiva actual.

Cal dir que els periodistes dretans que van marxar el 1936, a l'inici de la guerra, posteriorment tornarien, mentre que els altres, els del 1939, ja no van tornar, i si ho feien, havien de passar control policial, seguiment judicial, signar amb inicials o directament no fer-ho o bé treballar en altres feines.

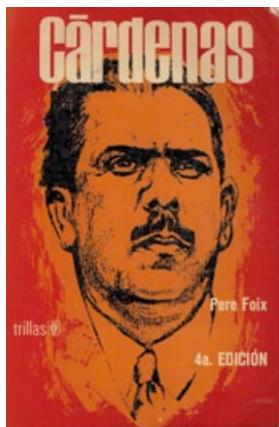
LA FUGIDA D'UNA PROFESSIONIÓ

Al llibre *La literatura catalana a l'exili*, Albert Manent cita una frase lapidària de Josep M. Lladó que va escriure: «Un

vuitanta per cent dels periodistes de Catalunya és absent de la terra. [...] Redactors i directors de diaris com *El Matí*, catòlic i conservador, comparteixen l'exili amb directors i redactors de periòdics de l'esquerra social».

Lladó ho va escriure a *Catalunya*, des de Buenos Aires, una de les dotzenes de revistes que els exiliats dinamitzaren i, en molts casos assumiren o crearen, tal com explica Robert Surroca en el seu cens sobre la premsa d'exili o Matilde Eiroa en l'estudi sobre la producció periodística de l'exili republicà a la revista *Arbor*.

La història, amb tot, és poc coneguda. El 2011, quatre universitats espanyoles editaren el volum *Diccionario biográfico del exilio español* de 1939. S'hi inclouen les semblances de 331 periodistes, dels quals gairebé un centenar són catalans. La proporció és



A l'esquerra, portada de la biografia de Lázaro Cárdenas, president de Mèxic, escrita per Pere Foix, periodista i biògraf que es va exiliar en aquest país. A la dreta, un exemplar de 1944 de *Quaderns de l'exili*, revista dels exiliats mexicans.

molt alta, però tot i això no hi són tots. A l'estudi no demanaven la col·laboració d'especialistes catalans i tampoc tingueren en compte quasi mig centenar de noms com Emili Vigo, Rafael Tasis, Pere Foix...

El que va succeir a l'exterior és poc conegut. Se sap, per exemple, que Màrius Aguilar va presidir l'Agrupació Professional de Periodistes a l'exili a França. En canvi, es desconeixem les activitats que hi van portar a terme.

La dificultat d'escriure la història rau en la llunyania dels arxius i en la fragmentació.

SEGONS JOSEP MARIA LLADÓ, UN 80% DELS PERIODISTES CATALANS VAN HAVER DE MARXAR PER CULPA DE LA GUERRA

Es coneixen els articles que van publicar Ferran de Pol o Pere Foix a *El Nacional*, però no pas els de la majoria de periodistes.

Els exilis són diversos. Uns van ser breus, com Manuel Cruells, que tornà el 1940. Altres, com *Tísner* o Pere Calders, que tornen vint anys després. Mentre que alguns no ho van fer mai, com Agustí Cabruja. Aquests últims no tornaren com a protesta contra la repressió i la injustícia

del centralisme hispànic antidemocràtic. Uns quants, per contra, tornaren, no els va agradar el que veieren i van marxar de nou, com Lluís Capdevila.

EXERCIR LLUNY DE CASA

Una nova vida s'encetava lluny de casa. La immensa majoria van anar a França, passen pels camps d'internament del Rosselló i, a poc a poc, en sortiren. Alguns a batallons de treball, d'altres s'escaparen o anaren a la resistència i els afortunats, pocs, a Mèxic. I altres, també pocs, acabaren a Mathausen com Francesc Boix o Josep Miret.

La vida i la producció dels periodistes a l'exili i l'exercici de la professió dels periodistes republicans sota el franquisme és

divers. Pràcticament, tots escriurien per a premsa o ràdio. Així, Joan Oliver elabora

el programa *Guerrillas del Aire*, a Xile, mentre que Joan Gols fa *L'Hora Catalana*. La majoria, com dèiem, són a França i a Mèxic i escriuran en premsa, del país i de l'exili, i treballaran en activitats relacionades amb la paraula després d'uns primers moments en què havien de mantenir-se com podien. L'activitat periodística a l'exili és una altra història que palesa l'abast d'un llarg període en el qual les llibertats van ser negligides amb la mirada llunyana de les democràcies occidentals.

Els periodistes que no van anar a la zona de Franco tindrien greus problemes, com ara judicis, depuracions, espolis, dificultats per tornar, i serien afectats amb els seus béns o amb l'exercici de la professió o afusellats o empresonats en el pitjor dels casos. Processos, encara que siguin *in absentia*, del tenebrós Tribunal Regional de Responsabilitats Polítiques. Ç

Més informació a:

Figueres, Josep M. (2016), → *Indòmits. 10 periodistes en guerra i exili*. Barcelona: Base.

Manent, Albert. (1976), → *Literatura catalana a l'exili*. Barcelona: Curial.

Diversos autors. (2011), → *Diccionario biográfico del exilio español de 1939*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, Cátedra del Exilio.

+ info

"PER QUÈ NECESSITO ANUNCIS?"

El paper clau dels mitjans nord-americans
en la creació de Donald Trump com a fenomen mediàtic

TEXT LINA MARÍA AGUIRRE JARAMILLO



Donald Trump és un candidat tan atípic com mediàtic. Foto: Nigel Parry / CNN

El 29 de juny, Donald Trump va admetre que no li calia gastar-se milions de dòlars en publicitat en la campanya presidencial. “Dono discursos. Parlo amb reporters. Ni tan sols necessito anuncis, si volen que els digui la veritat. Per què necessito anuncis?”, va admetre. No va ser fins a l’agost que, per primer cop i davant l’empenta de Hillary Clinton, va anunciar que pagaria per aparèixer en anuncis. I és que, malgrat haver amenaçat amb debilitar la protecció de què gaudeixen els periodistes gràcies a la Primera Esmena de la Constitució i haver admès que, si arriba a la presidència, carregarà contra els mitjans que l’han criticat, la premsa n’ha cobert abastament les seves declaracions incendiàries i ha contribuït al seu triomf en les eleccions primàries.

El 18 juny de 2016, un peculiar missatge de correu electrònic va arribar a milers de bústies de seguidors de Donald Trump, candidat republicà a la presidència dels Estats Units. Consistia en una sol·licitud que demanava diners amb urgència. En els dies següents, correus similars van començar a arribar ja no només a donants potencials als Estats Units sinó també, de manera encara més inesperada, a polítics de la Gran Bretanya, d’Austràlia i fins i tot d’Islàndia. El 30 de juny, en declaracions al *Washington Post*, el parlamentari britànic Roger Gale va explicar diversos dels missatges que havia rebut, signats uns pels fills de Trump i altres pel mateix candidat. Els primers demanaven col·laboració per arribar a l’objectiu immediat de cent milions de dòlars, mentre que, en els segons, el candidat aprofitava per dir que la seva oponent, la demòcrata Hillary Clinton, era una “mentidera de talla mundial”.

Aquesta va ser la primera campanya oficial de recollida de fons –amb la qual, a l’hora de tancar aquesta edició, havia aconseguit cinquanta-un milions de dòlars– de *The Donald*, com se l’anomena sovint als Estats Units. Però, per què un multimilionari que presumeix de ser-ho hauria d’optar per aquesta mesura en lloc d’autotraspassar-se diners des del seu compte?

La realitat de tot plegat és més complexa que la caricatura que s’ha creat al voltant del personatge en qüestió, tot i que és evident que Trump és el candidat del *rea-*

HA ESTAT EL CANDIDAT AMB MÉS PRESÈNCIA EN MITJANS TRADICIONALS, DIGITALS I EN XARXES SOCIALS COM FACEBOOK, TWITTER O REDDIT

lity show, una persona que ha emprès una campanya carregada de provocació i que ha aconseguit una sèrie de cops d’efecte que li han permès guanyar les primàries. Un cop, però, s’ha imposat a la resta de candidats republicans, ha d’enfrontar-se a la infraestructura més convencional, si bé

ostensiblement ben organitzada i pròspera del partit demòcrata, tal com va quedar clar en el que es coneix com a *primària invisible*, quan el candidat demostra la capacitat de recollir diners per a una campanya que dura diversos mesos.

CANVI DE DIRECCIÓ

Aquell enviament massiu de correus electrònics va ser un indicatiu que els responsables de la campanya de Trump s’havien adonat que l’aparell electoral als Estats Units necessita d’un sistema d’equips connectats operant per tot el país i una musculosa ofensiva publicitària. L’alarma immediata la van donar els sondejos de juny, en què Trump va patir una caiguda molt pronunciada de popularitat.

Allò va ser la presa de consciència de la necessitat d’un canvi de direcció que es va donar a aquelles alçades de la campanya. I si no s’havia fet abans era, en bona part, perquè fins llavors Trump havia gaudit d’una cobertura me-

diàtica molt important que en compensava la marca d’estructura organitzativa, així com la poca inversió en publicitat. No va ser fins a l’agost, davant els sis punts d’avantatge de Clinton, que finalment el candidat va admetre que pagaria per aparèixer en anuncis publicitaris.



Donald Trump ha atacat durament la premsa, però tot i això ha rebut una gran cobertura per part dels mitjans. Foto: Michael Vadon

Ara bé, com dèiem, a mitjan juny, els índexs favorables a Trump van baixar a un nivell inferior del que havien tingut els tres darrers candidats republicans (Bush, McCain i Romney). D'altra banda, la diferència amb Hillary Clinton era la mateixa que, el 2008, McCain tenia amb Barack Obama. Però no s'ha d'oblidar que McCain va obtenir el pitjor resultat en els sondejos de qualsevol candidat republicà des de 1996. Per tot això, a mitjan juny, Philip Bump, des de les pàgines del *Washington Post*, esmicolava Trump qualificant-lo de "desastrós". Coincidint amb la caiguda de popularitat, va ser acomiadat el director de la campanya, Corey Lewandowski.

VISIBILITAT MÀXIMA

Per aquelles dates, s'estimava que Trump no tenia més de trenta persones en nòmina treballant per a ell. "Tot indica que aquestes xifres poden empitjorar. Bàsicament, Trump no té una campanya en aquest moment, no hi ha senyals que

LA COBERTURA MEDIÀTICA DELS PRIMERS NOUS MESOS DE CAMpanyA EQUIVAL A DOS MIL MILIONS DE DÒLARS EN PUBLICITAT

estigui contractant de manera significativa", deia Philip Bump citant un informe d'Associated Press segons el qual Trump

havia decidit que el partit Republicà s'en-carregués de fer (i de pagar) la campanya.

Poc després, sortia a la llum que Trump havia incorporat a la firma Prosper Group per a l'estratègia en línia per a donacions, ja que la recollida de fons no havia estat

gaire reeixida. Entre altres coses, la massiva correspondència internacional va ser contraproduent.

Quan Siguin Sullivan i Max Bearak, perio-

distes del *Washington Post*, li van preguntar al parlamentari britànic Roger Gale que havia fet amb els correus, aquest va ser



UNA APOSTA SEGURA

Imagina que ets un mitjà de comunicació i has d'entrevistar un polític. Pots triar entre un polític que no dirà res d'especial i que serà molt curós en les respostes o un a qui li encanta parlar de coses noves i diferents. Pots triar entre un polític que no portarà audiència i un polític que tant al teu mitjà com a l'endemà - a les xarxes socials difondrà exponencialment el teu programa o diari. Pots triar entre algú que és divertit, que dóna la cara, o algú que és molt més gris. Pots triar entre algú que no es defensa i va a remolc de les informacions que surten sobre ell o algú que ataca, que no té por, el missatge del qual va sempre per davant i que segur que aprofita el teu mitjà per a dir alguna cosa rellevant que serà portada de la resta de mitjans. Pots triar entre una persona que estudiarà les respostes i portarà un argumentari, o una persona que segurament improvisarà força i serà natural. Pots triar entre un polític amb sentit del ridícul o un que no en té. Pots triar entre un polític amb missatges racionals o un amb missatges emocionals. Pots triar entre qualsevol polític, o pots trucar Donald Trump. Aquest és el seu èxit mediàtic. I són els periodistes els que han fet aquesta tria.

Antoni Gutiérrez-Rubí
Assessor de comunicació. @antonigr

"TRUMP NO TÉ CAP DEBILITAT. ÉS FORT EN TOTS ELS TIPUS DE MITJANS, DES DE TELEVISIÓ A TWITTER"

Paul Senatori, mediaQuant

contundent: "M'he desfet de gairebé totes aquestes escombraries (...) No sé si algú de l'equip Trump és prou idiota com per pensar que els parlamentaris del partit Conservador es considerarien republicans". A més, segons les lleis nord-americanes, la maniobra és il·legal, perquè no està permès rebre fons estrangers.

Al tancament d'aquesta edició, Trump encara no disposava del Super PAC, la versió augmentada del Political Action Committee, que permet aconseguir i gastar quantitats il·limitades de diners provinents d'individus, grups, sindicats, empreses... per afavorir una campanya mitjançant

L'ANÀLISI DE LA PRESÈNCIA ALS MITJANS MOSTRA COM S'HAN CENTRAT MÉS EN LES DECLARACIONS POLÈMIQUES QUE EN QÜESTIONS IDEOLÒGIQUES

publicitat. Al juliol ja havia aconseguit vuitanta milions de dòlars.

No obstant això, com el mateix Trump ha reconegut, tampoc li cal gastar-se molts diners en publicitat gràcies a l'important ressò mediàtic de la seva campanya. I és que ha estat el candidat amb més presència en mitjans tradicionals, digitals i en

xarxes socials com Facebook, Twitter o Reddit. De fet, potser ha batut un rècord en visibilitat tant en notícies, documentals com en comentaris.

RENDIBILITAT MEDIÀTICA

Al març, es va conèixer un estudi de la consultora mediaQuant, que rastreja la cobertura rebuda per cada candidat i calcula el valor en dòlars que tindria d'acord amb les tarifes dels anuncis. Segons aquest estudi, la factura que li estava sortint gratis a

Trump des del començament de la campanya (juny 2015) era de 2.000 milions de dòlars. Tan sols al febrer havia tingut una cobertura que valdria 400 milions de dòlars en publicitat, una xifra equivalent al pressupost total de McCain el 2008.

En aquest sentit, el guany econòmic de Trump excedeix àmpliament el que



Algunes de les nombroses portades dedicades al controvertit candidat republicà que han ajudat a posicionar-lo al centre del debat mediàtic.

aleshores es va estimar per a la campanya de Clinton, que va ser de 746 milions de dòlars. En declaracions al *Washington Post*,

NO TENIA NI EXPERIÈNCIA POLÍTICA, NI BASE ELECTORAL, NI ACTITUD PRESIDENCIAL, PERÒ VA APEL·LAR A L'AUDIÈNCIA PRIMÀRIA: ELS MITJANS

el cap d'Anàlítica de mediaQuant, Paul Senatori, afirmava que Trump “no té cap debilitat (...) és fort en tots els tipus de mitjans, des de televisió a Twitter”.

Al juny, també es va donar a conèixer un altre estudi, aquest cop del Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, de la Kennedy School de Harvard, elaborat pel professor Thomas E. Patterson, sobre la quantitat i tipus de cobertura rebuda durant la primària invisible pels diferents candidats demòcrates i republicans en vuit mitjans de comunicació

tradicionals (*The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Washington Post*, *USA Today*, *Los Angeles Times* i les cadenes Fox, CBS i NBC).

Una de les principals conclusions de l'estudi és que la major part de la cobertura va ser neutral o positiva per a Trump, fins a percentatges d'acceptació tan destacats com un 74% del *USA Today*, un 65% del *Washington Post* o un 63% del *New York Times*. D'altra banda,

"L'OBSESSIÓ DELS MITJANS PER DONALD TRUMP N'HA PROPULSAT LA CANDIDATURA"

Michael Calderone, *The Huffington Post*

en el conjunt dels mitjans, un 34% de la cobertura es va centrar en esdeveniments i activitats del candidat, un 27% en altres

temes, un 21% a resultats d'enquestes, un 6% a les seves característiques personals. Només un 12% de la cobertura es dedica a qüestions ideològiques o referents al programa de govern.

Aquests percentatges donen a entendre que en la categoria Altres, on caben les declaracions controvertides, per exemple, hi ha hagut una gran atenció mediàtica, en general benèvola, cosa que, tal com assenyalava el 14 de juny el periodista Nick Gass en un article a Politico —setmanari especialitat en política—, desmenteix

l'afirmació que els mitjans havien estat fiscalitzant i vigilant d'a prop Trump. Perquè les dades de la cobertura de la campanya deixen clar

que la premsa més aviat s'ha delectat amb el factor escandalós de les declaracions explosives que contínuament ha ofert

Trump, qui ha sabut explotar l'efecte de les mateixes per al benefici personal.

Amb tot, Trump no és l'únic que hi ha sortit guanyant. Els mitjans, també. El columnista Jim Rutenberg escrivia al *New York Times* sobre una reunió de reporters que va tenir lloc al juny i en la qual el president de CNN Worldwide es mostrava radiant amb les xifres d'audiència, mentre que Leslie Moonves, president executiu

TOT I ELS ATACS I AMENACES ALS PERIODISTES, HA ESTAT MÉS BEN TRACTAT PER LA PREMSA QUE LA RESTA DE RIVALS DEMÒCRATES I REPUBLICANS

de la CBS, afirmava que Trump “potser no ser bo per als Estats Units, però és molt bo per a la CBS”.

INSULTS A LA PREMSA

Trump no tenia ni experiència política, ni base electoral ni, com la mateixa dona ha admès, suficient actitud “presidencial”, tot i així, va saber apel·lar a l'audiència primària: els mitjans. Molts d'ells van creure que mostrant-ne les sortides en fals quedaria en evidència la seva condició de candidat inadequat, però en realitat, tal com apunta el professor Patterson, aquests es van acabar convertint en els “inadvertits aliats de fiar”. Li van donar el perfecte altaveu al seu discurs que tenia com a objectiu causar indignació.

Tot i aquests evidents beneficis mediàtics, Donald Trump es refereix a la premsa com “escòria, el pitjor” i té una “llista negra” de mitjans vetats als quals ja ha retirat les credencials per assistir als seus esdeveniments, com passa amb els periodistes de Politico, BuzzFeed, *Des Moines Register* o *The Washington Post*. Un dels primers en ser vetat va ser *The Huffington Post*, que durant el primer semestre de campanya va publicar tot el material sobre Trump en la secció d'entreteniment per deixar clara la seva posició davant del candidat. Precisament el *HuffPost* va publicar, el 13 de juny,

un article sobre les conclusions de l'estudi de Patterson. La peça, escrita per Michael Calderone, deixava ben clar el paper clau dels mitjans en la campanya. “Confirma el que ja sabíem: l'obsessió dels mitjans per Donald Trump n'ha propulsat la candidatura”, afirmava aquest periodista.

Perquè, a més de tenir un gran ressò mediàtic, el to del mateix també sorprèn.

“La cobertura sobre Trump ha estat en to positiu, va rebre més ‘bona premsa’ que ‘mala premsa’ (...) Els periodistes van alimentar-ne el llançament”, escriu el professor Patterson.

El comportament dels mitjans va demostrar, tanmateix, que majoritàriament es van deixar persuadir pel caràcter sensacionalista. Mentrestant, segons l'estudi, Clinton no només va rebre menys atenció sinó que, de mitjana, va rebre més “mala premsa” que tots els rivals demòcrates i republicans.

DEBAT OBERT

En aquest intercanvi, doncs, ha perdut certament la informació crítica que s'espera del periodisme seriós. Els resultats de l'estudi així ho suggereixen i coincideixen amb l'anàlisi de Nate Silver (“How Trump Hacked the Media”, del 30 de març de 2016) al reconegut bloc de periodisme de dades FiveThirtyEight. En

aquest sentit també apunten les anàlisis dels professors John Sides i Lynn Vavreck de les universitats George Washington i UCLA, respectivament. Tots ells han contribuït a obrir un debat sobre el paper de la premsa en una campanya amb un candidat que combina fàcilment populisme, xenofòbia, cinisme i el que Obama defineix com *xerrameca*.

És cert que milers d'aquests valuosos minuts, bites i pàgines de premsa potser van ser-li negatius a l'inici de la campanya però, tal com adverteix Patterson, a la llarga li han estat beneficiosos i, fent ús del llenguatge del que es coneix a la cobertura electoral als EUA com *narrativa de carrera de cavalls*, Trump ha acabat sent el candidat “que va guanyant terreny”, una etiqueta en general positiva. Tot plegat, doncs, ha reforçat, sobretot, l'opinió dels seguidors, de la mateixa manera que també n'ha polaritzat els detractors. Per això, segons aquest expert, fins i tot si perd les eleccions, The Donald serà als Estats Units “el primer nominat presidencial creat genuïnament per la premsa”. Ç

Més informació a:

<http://bit.ly/1Ynobr3> → Estudi de Thomas E. Patterson, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Kennedy School, Universitat de Harvard.
<http://53eig.ht/29YcUJP> → Article de Nate Silver al bloc FiveThirtyEight.

+ info

CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

El Col·legi de Periodistes de Catalunya posa a disposició una àmplia oferta de cursos per a facilitar que els periodistes es formin al llarg de la seva trajectòria professional. Apostem per la polivalència i per donar una ràpida resposta als nous reptes de la professió.

Actualment oferim 4 itineraris formatius:



HABILITATS
PROFESSIONALS
I EMPRENEDORIA



PERIODISME
DIGITAL



COMUNICACIÓ
CORPORATIVA



TÈCNiques DE
COMUNICACIÓ I
PERIODISME

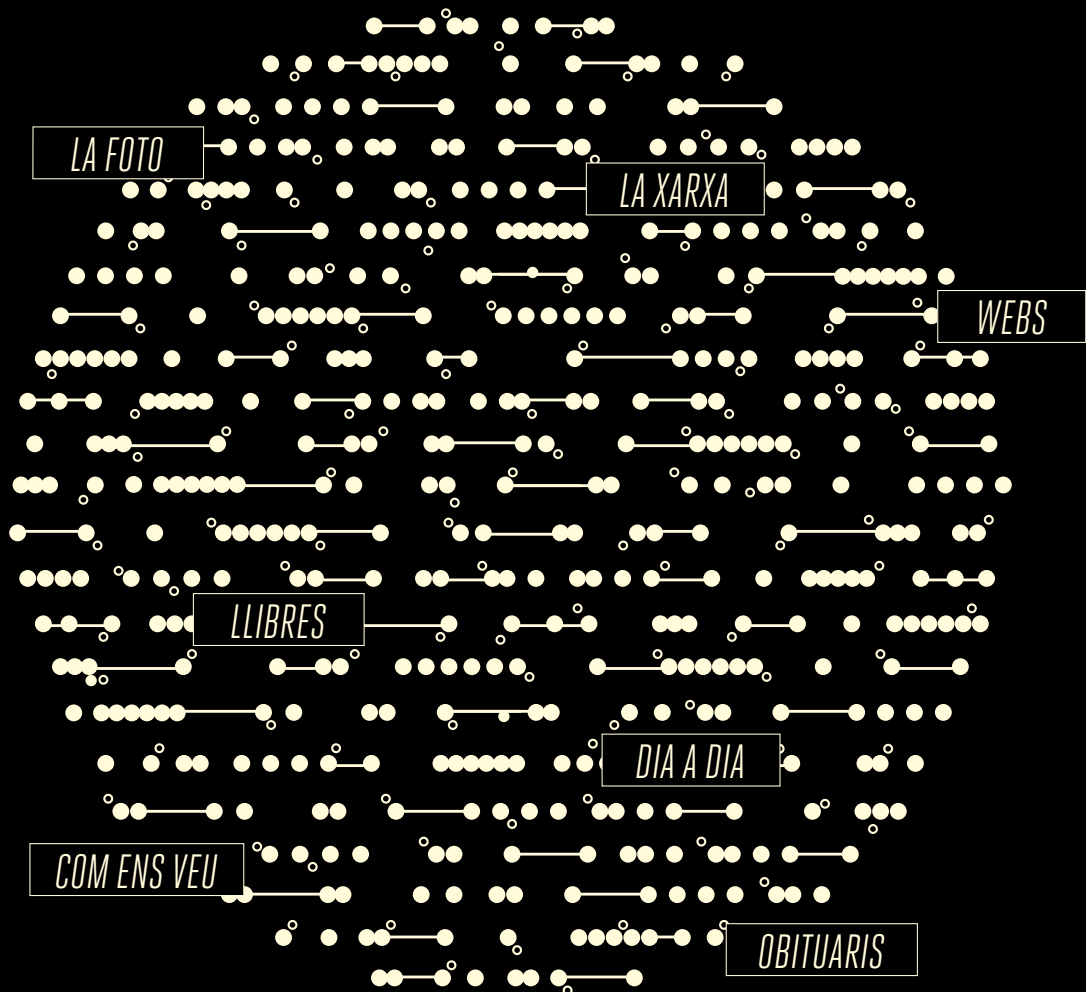


Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



QUATRE MIL DONES DESAPAREGUDES A MÈXIC DE

<http://eluni.mx/1OIyqUp>

A la zona de Mèxic DE, més de quatre mil dones han desaparegut durant els deu darrers anys davant d'una certa passivitat per part de les autoritats. Aquest treball del diari mexicà *El Universal*, titulat "Ausencias ignoradas", fa un llistat amb els rostres, les dades i els detalls coneguts que envolten cada cas.

SÍRIA: MATAR EL MISSATGER

<http://bit.ly/2a0eHNU>

Segons aquest informe de Reporters sense Fronteres, almenys 51 periodistes professionals i 144 informadors, sovint poc coneguts, han estat assassinats a Síria des que va començar el conflicte, al març de 2011. A més, mig centenar més de persones vinculades amb el sector informatiu han desaparegut o bé estan detingudes-segrestades per les diferents parts bel·ligerants.

EL FINANÇAMENT DELS LECTORS

<http://bit.ly/293znFr>

El diari britànic *The Guardian*, que vol investigar amb profunditat les conseqüències del Brexit, demana finançament als lectors a través de quotes mensuals o pagaments puntuals. A la nota de petició, ho argumenta així: "The Guardian —igual que la resta dels mitjans de comunicació— està funcionant en un entorn comercial increïblement difícil. Produir periodisme de profunditat, reflexiu i ben informat, és difícil i costós."

EINES I COMENTARIS

<http://opinary.com/>

L'*start-up* alemanya Opinary ofereix als mitjans eines visuals i participatives per aconseguir que els usuaris digitals interactuïn i en comentin els continguts. Al seu país, col·labora amb mitjans importants i té més de tretze milions d'usuaris.

A CONTRACORRENT

<http://recenspaper.com>

Recens és una revista sobre moda, cultura i tendències que beu en els continguts digitals de llocs com Tumblr i Instagram, a més s'edita exclusivament en paper. Impulsada per Elise by Olsen, una noruega de setze anys, es ven per subscripció i també es distribueix en algunes ciutats europees com Oslo i Londres.



BIG DATA CONTRA ELS RUMORS

www.pheme.eu

Aquest projecte europeu, en què participen la UE i diverses universitats i empreses, vol crear una eina que combinarà elements *big data*, visuals i lingüístics per identificar en temps real rumors i informacions falses a les xarxes i mitjans digitals. El nom fa referència a PHEME, la deessa grega de la fama i els rumors.

REALITAT AUGMENTADA

<http://bit.ly/1Yhh55d>

La revista *The New Yorker* utilitza la tecnologia de la realitat augmentada en una de les portades. El dibuix imprès de Christoph Neimann, quan és captat per la càmera d'un mòbil o tauleta, pren vida i es converteix en una complexa escena animada en 3D que podem veure a la pantalla del giny.

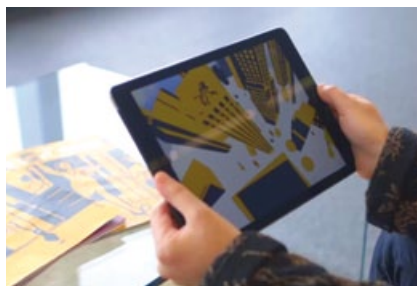


Foto: The New Yorker

HONG KONG NEWS

www.factwire.news/en/

Factwire és una agència de notícies de Hong Kong que vol recollir filtracions i tractar temes que no surten al mitjà. Un dels seus treballs és sobre els problemes de seguretat en la construcció de la planta nuclear de Taishan, a 130 kilòmetres de l'antiga colònia anglesa.

MOJO (MOBILE JOURNALISM)

www.rtve.es/oi2

Aquí podeu consultar pràcticament tots els vídeos i continguts de les jornades sobre l'ús del telèfon intel·ligent com a eina periodística, organitzades per l'Observatori per a la Innovació dels Informatius en la Societat Digital (OI2), RTVE i la UAB.

DOTZE TEMES SILENCIATS

www.media.cat/anuari/

L'Anuari 2016 del *Mèdia. Cat* (Observatori crític dels Mitjans) recull dotze temes que han estat silenciats o tractats de manera esbiaixada per la premsa catalana. El paper de les escoles d'elit, les dietes dels consells comarcals, alguns contractes d'El Corte Inglés amb la Generalitat i el suïcidi d'una interna en règim d'aïllament a la presó de Brians en són alguns d'aquests casos.

L'ESQUER DE LA REALITAT VIRTUAL

MITJANS DE TOT EL MÓN PROVEN, AMB VÍDEOS IMMERSIUS I L'AJUT DE VISORS BARATS, LA TECNOLOGIA QUE VOL COL·LOCAR ELS USUARIS "DINS" DE LES INFORMACIONS



Les ulleres de cartó de Google Cardboard permeten tenir una experiència immersiva. Foto: Google

La Realitat Virtual (VR en l'abreviatura anglesa) és una tecnologia immersiva inicialment orientada a l'oci, però que està despertant interès en molts sectors. Un d'aquests és l'informatiu i, per això, mitjans com el *New York Times*, la BBC o l'agència AP, n'estan explorant les aplicacions periodístiques. El principal reclam és la promesa de col·locar virtualment l'usuari dins de la informació. Aquí teniu una petita guia per introduir-se en aquest nou escenari narratiu:

MINI-INTRO

Una pionera de l'actual interès periodístic per la VR és Nonny de la Peña, que fa uns anys va començar a combinar documents reals i imatges creades per ordinador. Gran part de la seva producció, amb títols com "Clouds over Sidra", "The Displaced" o "Seeking Home" proposa reportatges amb imatges reals enregistrades per càmeres que filmen en 360 graus.

QUÈ MIRAR

Alguns treballs periodístics que exploren les possibilitats de la VR.

Project Syria Demo

(usc School of Cinematic Arts / World Economic Forum). Un treball de Nonny de la Peña. Inclou la recreació virtual d'un atemptat a Síria.

www.youtube.com/watch?v=HtZrSb84JPE

Clouds over Sidra

(ONU / vrse.works). La vida de Sidra, una nena de dotze anys, en un camp de refugiats a Jordània.

<http://with.in/watch/clouds-over-sidra/>

Seeking Home

(AP/Ryot). El dia a dia en un campament d'emigrants que volen arribar al Regne Unit i que estan retenguts al Nord de França, a prop del pas de Calais.

www.youtube.com/watch?v=YKPDUIH9-Y8

The Displaced

(*New York Times* / Vrse.works). Tres nens (de Sudan, Ucraïna i Síria) encarnen els trenta milions d'infants desplaçats per guerres i persecucions al món.

<http://nyti.ms/1iFRkfm>

Fukushima, vidas contaminadas

(*El País*). Cinc anys després de l'accident de la central atòmica de Fukushima, milers de japonesos viuen sota l'amenaça de les radiacions.

<http://bit.ly/1r8UnB5>

6 x 9

(*The Guardian*). La percepció d'estar tancat en una cel·la de confinament de 6x9 peus.

<http://bit.ly/1qSQrV9>

Waves of Grace

(ONU/vrse.works). A Libèria, una supervivent de l'Ebola ajuda altres malalts de l'epidèmia.

<http://with.in/watch/waves-of-grace/>

DOCUMENTS SOBRE RV

Knigh Foundation, CJR, *Clarín*, AP i la BBC, entre altres, estudien i comenten el tema. En un reportatge de *Journalism.co.uk*, Helen Situ, responsable de NextVR, una firma amb un sistema de VR per retransmetre esdeveniments en directe, afirma que "és una forma completament diferent de cobrir històries i serà molt interessant veure com els periodistes la fan servir. Hauran de tenir en compte l'ètica de posar l'espectador com un participant en primera persona de la història, però és inevitable que utilitzin aquesta nova eina".

Vieweing the Future, Virtual Reality in Journalism

<http://kng.ht/1Wp7r1s>

Virtual reality is journalism's next frontier

<http://bit.ly/1e3tFnf>

El debat periodisme / VR

<http://clar.in/21nHSOL>

Les iniciatives de la BBC

<http://bbc.in/1XWBuQy>

L'experiència de l'agència AP

<http://bit.ly/2aqaJAU>

COM VEURE LA VR

La manera més senzilla és utilitzar l'ordinador i les adreces de la Xarxa que es troben a l'apartat Què mirar. Generalment, es poden explorar circularment les imatges del vídeo, encara que sense sensacions de profunditat i immersió. Per a una experiència millor, cal descarregar les apps de cada filmació per a sistemes de VR. Moltes adreces de l'esmentat apartat inclouen aquesta informació. I també es poden trobar a Google Play (Android) i App Store (Apple).

QUIN TIPUS DE CASCO O ULLERES

Com que els cascos de VR més potents (Oculus Rift, PlayStation VR, HTC Vive) tot just estan sortint al mercat i són cars, el sistema assequible per aproximar-se a la VR és un smartphone, una app de VR i alguns dels suports de plàstic o cartó que converteixen el mòbil en unes ulleres. Amb aquest sistema, la pantalla del telèfon ofereix dues imatges, una per a cada ull, que transmeten la sensació d'immersió visual.

Hi ha molts suports de plàstic que costen entre 15 i 60 euros. El Samsung Gear VR s'acosta als 100 euros. I de suports de cartó n'hi ha de barats i fins i tot es poden fer manualment i gratis. El *New York Times* va repartir entre els subscriptors més d'un milió d'ulleres de cartó per veure "The Displaced". Es pot trobar aquesta oferta al web que Google ha impulsat per difondre la VR: <https://vr.google.com/cardboard/>



LES CIUTATS INVISIBLES

Viatge a la Catalunya metropolitana

Marc Andreu | L'Avenc, 2016 | 196 pàgines

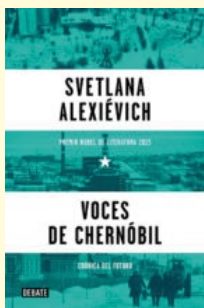
Visitar una trentena de barris per trencar-ne la invisibilitat, el desconeixement i els estereotips és l'objectiu d'aquests reportatges treballats per Marc Andreu amb estil, rigor i sentit crític, durant un període clau de crisi econòmica, social i nacional. La Mina i els barris del Besòs, del Poblenou, Nou Barris i la Marina de la Zona Franca hi comparteixen protagonisme amb Santa Coloma de Gramenet, Badalona, Montcada, Badia, L'Hospitalet, Sant Boi, Cornellà, el Prat, Terrassa, Rubí, però també, més enllà de la Barcelona metropolitana, amb Salt, la Conca d'Òdena i els barris de Ponent de Tarragona. L'autor està molt especialitzat en barris, moviments socials, cultura, política i anàlisi de la ciutat contemporània i el període històric de la Transició. Periodista i historiador, codirigeix, des del 1991, la revista *Carrer de la Favb*; i ha estat redactor d'*El Periódico de Catalunya* i col·laborador d'*El País*, les revistes *L'Avenc* i *Sàpiens* i el digital *Crític*. Premi Ciutat de Barcelona 2015, ha escrit diversos llibres des que, el 1996, va publicar *Barcelona en lluita*, amb Josep Maria Huertas Claveria.



AMB UNS ALTRES ULLS: LA BIOGRAFIA DE MONTSERRAT ROIG

Betsabé Garcia | Roca Editorial, 2016 | 320 pàgines

Han passat vint-i-cinc anys des de la seva mort, i apareix la primera biografia completa de Montserrat Roig (1946-1991). Es tracta d'una obra extensa que conté material inèdit, des de fonts orals amb entrevistes a Pilar Aymerich o Josep Maria Benet i Jornet, entre altres; fins a documents escrits procedents de l'arxiu personal i familiar de l'autora. La filòloga i escriptora Betsabé Garcia és l'autora de la biografia, que ha estat traduïda al català per Jordi Vidal i Tubau. Una biografia que, autoritzada pels familiars, ens redescobreix una autora clau de la literatura catalana. El llibre està estructurat en tres parts i aborda períodes importants com els anys de la postguerra (els anys d'infantesa i joventut de Montserrat Roig), de les lluites antifranquistes i, posteriorment, de la Transició democràtica, fins al 1991, any de la seva mort. A més de les vivències de l'escriptora, recrea també un temps històric, un entorn polític i cultural, apropant el lector també a les persones que van ser importants en la vida de Roig.



VOCES DE CHERNÓBIL

Svetlana Alexiévich | Debate, 2015 | 405 pàgines

El 26 d'abril de 1986, es va produir la catàstrofe de Txernòbil, el desastre tecnològic més greu del segle XX. Situada a prop de la frontera amb Bielorússia, aquest petit país ha pagat, i molt, les conseqüències d'aquest accident. Aquest llibre de la periodista bielorussa Svetlana Alexiévich, publicat per primera vegada l'any 1997, recull els testimonis d'algunes de les persones afectades per aquesta tragèdia. "No és un llibre sobre Txernòbil, són sobre el món de Txernòbil... Descric i col·leciono la quotidianitat de les emocions, els pensaments, les paraules", comenta l'autora. L'obra se centra en les conseqüències de la tragèdia, tant les passades com les futures; a través de les persones a qui els va tocar viure una realitat que encara persisteix, però que encara no s'ha acabat de comprendre, com a mínim en les dimensions que mereix. El llibre —que en català publica RaigVerd— està plantejat com si fos una tragèdia grega, amb cors i uns herois marcats per un destí final, les veus dels quals han estat silenciades durant molts anys pels poders polítics. L'obra va rebre, l'any 2006, el premi del Cercle de Crítics dels Estats Units en reconeixement a la força narrativa d'Alexiévich i a la importància de les històries a què ens apropa. L'obra d'aquesta autora també va ser reconeguda, l'any 2015, amb el Premi Nobel.

SORPRENDER CADA MINUTO Y MEDIO

El guión de la televisión de entretenimiento y actualidad

Carme Basté i Miquel Peralta

UOC, 2016

170 pàgines



El llibre explica, d'una manera eminentment pràctica, els secrets d'un bon guió per a un programa d'actualitat i entreteniment per a televisió. Amb exemples reals, s'hi descriuen els diferents passos del procés d'elaboració d'un guió televisiu de no ficció. Els autors recullen opinions de prestigiosos

professionals del mitjà: presentadors, periodistes, guionistes, productors executius i directius. Com s'elaboren els guions d'*El Intermedio*? Qui hi ha darrere dels textos d'*El Club de la Comedia*? Com s'estructura un documental televisiu? Són algunes de les preguntes a les quals donen resposta Carme Basté i Miquel Peralta. Basté és també vicedegana de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, de la Universitat Ramon Llull. Va formar part de l'equip fundacional de TV3, on va dirigir diversos programes. Entre els anys 2004 i 2008, va ser cap de programes i subdirectora de la cadena autonòmica. Peralta és professor a la mateixa facultat, doctor en Periodisme i autor, entre altres, del llibre *Teleinformativos. La noticia digital en televisión*.

TRAS LOS ANDAMIOS DE LA SAGRADA FAMILIA

Carme Escales

UOC, 2015

138 pàgines



Més de tres milions de persones visiten cada any la Sagrada Família. Es tracta, per tant, del monument de Barcelona més freqüentat pels turistes, que es converteixen en mecenes anònims. Amb els diners de les entrades, fan possible el treball de 450 professionals, entre arquitectes, aparelladors, fusters, picapedrers, escultors i altres oficis. La periodista Carme Escales s'ha colat en les obres per explicar com treballa diàriament per aixecar un dels símbols de la capital catalana. L'autora comparteix amb el lector algunes anècdotes curioses sobre Antoni Gaudí o les dificultats de la feina que es porta a terme. Al capítol dedicat, per exemple, als picapedrers, capitanejats per Felíu Martín, Escales explica com aquests professio-

nals escullen més de quaranta tipus de pedres durant tota la jornada. La tecnologia també hi és present i així es recull al llibre. S'utilitzen impressores 3D per recrear detalls del monument que encara no són visibles. La data prevista per a la finalització de les obres de la Sagrada Família és l'any 2026.

QUI ÉS QUI

Radiografia dels qui manen al Baix Llobregat i L'Hospitalet
Ana Basanta, Imanol Crespo, Dayana García, Be-goña González, Eva Jiménez, Eduardo Rodríguez i Juan Carlos Valero
BCN Content Factory, 2015
446 pàgines



Aquesta és una obra col·lectiva que neix amb l'objectiu d'explicar als ciutadans qui són les persones i entitats que més influeixen en la seva vida quotidiana. Els lectors trobaran una panoràmica de l'entorn acompanyada de comentaris i opinions dels mateixos protagonistes, a més de les dades de

contacte. La guia permet posar rostre als qui lideren els sectors més influents. Cada capítol conté un seguit de codis QR que permet al lector accedir a totes les dades de contacte (telèfon, correu electrònic, adreces...) de les principals institucions, associacions, empreses i organismes que treballen en els diferents àmbits del territori de l'àrea metropolitana de Barcelona. Elaborada per periodistes sèniors i júnior, aquesta obra de periodisme de dades i servei aspira a convertir-se en una eina de consulta força útil.

ELS INTERNATS DE LA POR

Montse Armengou i Ricard Belis
Ara Llibres i TV3, 2016
303 pàgines

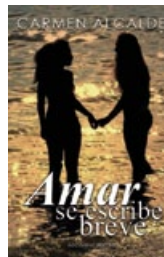


Ara Llibres i tv3 coediten aquest llibre, basat en un dels documentals més vistos de Televisió de Catalunya. Fruit d'una investigació esfereïdora, destapa uns fets ocults que s'han silenciats durant dècades: els abusos sexuals, els maltractaments físics i psíquics, l'explo-tació laboral i les pràctiques mèdiques dubtoses que van patir milers de nens als internats religiosos i de l'Estat durant el franquisme i

finis ben entrada la democràcia. Els periodistes Montse Armengou i Ricard Belis signen aquesta obra, donant veu a víctimes i testimonis –que expliquen en primera persona les seves experiències– i denunciant amb noms i cognoms la suposada superioritat moral al servei de les més baixes passions. A més de periodistes, Montse Armengou i Ricard Belis són directora de documentals i realitzador, respectivament. Els dos han col·laborat en els programes 30 minuts i Sense Ficció.

AMAR SE ESCRIBE BREVE

Carmen Alcalde
Carena, 2016
96 pàgines

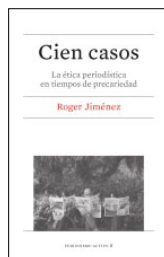


Segons la mateixa autora, Carmen Alcalde, aquest és un crit, alt i clar, contra la llei obligada dels homes en l'“obsessa heterosexualitat que prejutja, subjugua i dicta sentència de guillotina contra altres amors diferents”. Nascuda a Girona, va estudiar Filosofia i Periodisme a Barcelona i Madrid. Va

tornar a la seva ciutat natal per dirigir la revista *Presència*, la primera a Espanya que es a atrevir a aixecar la veu contra el Règim. Comunista o àcrata, i profundament feminista, ja mai més va parar de col·laborar en les revistes de l'oposició militant (*Destino*, *Cuadernos para el Diálogo*, *Triunfo*...). Fruit de la seva activitat, col·lecciona censures, processos de l'anomenat Ordre Públic, segrestos, multes i judicis amb peticions de presó. I, amb l'arribada de la democràcia, flagrants comiats i menyspreus de la nova premsa.

CIEEN CASOS: LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN TIEMPOS DE PRECARIEDAD

Roger Jiménez
UB, 2016
304 pàgines



Durant la millor època de la premsa convencional, es deia que era el quart poder al servei de l'Estat. I l'audiència, tot i la seva aparent dispersió, rebia per definició el títol de cinquè poder. El canvi global en el món de la comunicació ha conduït a una situació en què s'ha prescindit dels lectors; una força

directa i efectiva que, mitjançant els mecanismes autotreguladors, deia als mitjans què fallava i com podien millorar. Roger Jiménez ens explica que la desvinculació del públic redunda de manera negativa en la qualitat ètica de la premsa i del periodisme en general. Fruit de la llarga experiència de l'autor com a defensor del lector a *La Vanguardia* i president del Consell de a Informació de Catalunya, aquest llibre recull una casuística que comprèn exemples de vulneració dels codis deontològics de la professió periodística a Espanya, a Europa i als Estats Units i constitueix una important aportació als fonaments de l'autoregulació del mitjans; i amb el clar objectiu d'ajudar els actuals i futurs professionals de la comunicació a adoptar decisions ètiques.

LA EXPLOSIÓN DEL PERIODISMO

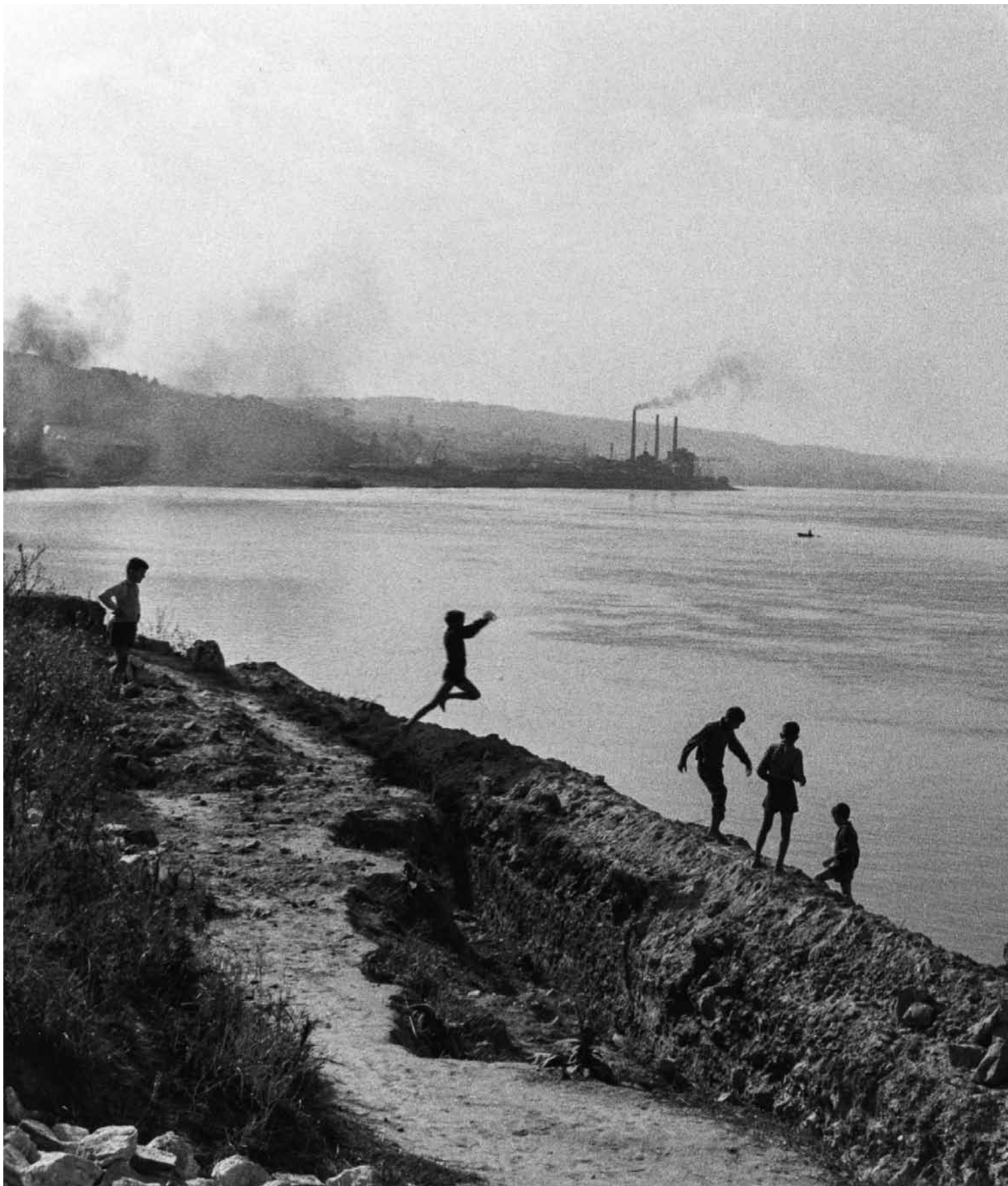
De los medios de masas a la masa de medios
Ignacio Ramonet
Clave intelectual, 2011
155 pàgines



Ignacio Ramonet ens ofereix en aquest llibre una radiografia de la premsa escrita, sota el format de l'assaig crític. Un retrat d'un moment en què l'ecosistema mediàtic ha volat pels aires a causa de l'impacte de la revolució digital i el desenvolupament de les xarxes socials. En aquesta nova societat, els

ciutadans tenen vocació de convertir-se en periodistes a través de lleugers dispositius com els blogs, Twitter o Facebook, que ofereixen un potencial de comunicació inèdit. L'autor apunta que alguns gèneres molt apreciats per l'opinió pública com el periodisme de reportatge o d'investigació es troben en vies d'extinció perquè les empreses mediàtiques els consideren massa costosos. Afegim que, tot i que el nou sistema no ha aconseguit encara trobar un model econòmic viable, l'aparició cada cop més de pàgines web innovadores i millor adaptades al nou entorn representa una esperança de democratització de la informació. Ramonet va dirigir l'edició francesa de *Le monde diplomatique* des del 1990 fins al 2008, any en què va assumir la direcció de l'edició espanyola.

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





RUTA PEL DANUBI

La Fundació Telefónica acull “Tras los pasos de Inge Morath. Miradas sobre el Danubio”, una exposició que mostra el treball de vuit fotògrafs seguint la ruta que Morath —la primera dona a entrar a l’agència Magnum— va fer al llarg d’aquest riu en diferents moments de la vida. L’exposició, que compta amb seixanta còpies originals de Morath, es pot visitar a l’Espai Fundació Telefónica de Madrid fins al 2 d’octubre. A la imatge, un retrat del riu, el 1958, al seu pas per Smederevo, al nord-est de Sèrbia.

Inge
Morath

PILAR CASANOVA

El 5 de juny de 2016, moria la periodista Pilar Casanova Seuma a l'edat de cinquanta-nou anys, víctima d'un càncer. Va començar la carrera professional al *Téle/eXprés*, i després va treballar a *Cambio 16*, *El Periódico de Catalunya*, *El Observador* i altres capçaleres espanyoles i internacionals. Entre 1987 i 1992, va inaugurar la corresponàlia d'*El Periódico de Catalunya* a Moscou, coincidint amb la desintegració de la URSS i la Perestroika. El 1992, va treballar a Washington fins al 1996. A més, va ser vocal de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes, també secretària, responsable del grup de treball de Gabinet de Comunicació i responsable de mantenir el contacte amb la resta d'associacions professionals a Madrid. En el moment de la mort, era delegada de l'agència de notícies Sputnik Nóvosti a Espanya.



Pilar Casanova en una imatge d'arxiu. Foto: CPC

CAFÈ I GALETES A LA PROSPIEKT MIRA

La mirada lluminosa de la Pilar Casanova sempre anunciava un somriure. Un somriure amb un cert toc irònic i potser entremaliat. La primera vegada que la vaig veure ella es movia per la redacció de *Téle/eXprés* i jo per la de *Mundo Diario* en temps de daltabaix professional i laboral: un bon grapat de periodistes vam anar al carrer tot començant una diàspora professional en la qual alguns ens aniríem retrobant.

I a mi la URSS em va fer recuperar la Pilar Casanova. Començava l'any 1989, el mur de Berlín encara no havia caigut, però a Moscou el règim començava a esquarterar-se. Dies periodísticament intensos en què qualsevol descuit en la logística de reportatges i entrevistes et podia fer perdre el fil d'un episodi històric. Per això, el suport incondicional de la Pilar Casanova i del seu company, Carlos Enrique Bayo, no s'ha desdibuixat mai en la meua memòria.

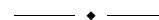
Recordo com si fos ara quan m'obrien la porta d'aquell pis de la Prospiekt Mira, que traduït voldria dir avinguda de la Pau. Un apartament petit, alhora despatx i habitatge, on un periodista de televisió com jo, sempre pendent del carrer i de les imatges, podia disposar de notícies d'agència i d'un telèfon amb línia internacional per poder trucar a Barcelona. Un pis, el de la Prospiekt Mira, on es respirava

alegria i caliu humà i on sempre, sempre, m'esperava una bona tassa de cafè amb llet amb galetes que la Pilar o el Carlos Enrique portaven de la cuina sense avisar. I al voltant del cafè amb llet emergien les converses, les anàlisis i les reflexions sobre un món que queia a trossos sent-ne nosaltres testimonis.

La Pilar va cobrir les vagues dels miners i va explicar com poques el malviure d'aquell fals paradís que s'ensorrava, i en el llibre *La rebelión de las repúblicas bálticas de la URSS* (SA Àmbit Serveis Editorials, 1991) va anar al fons d'un dels episodis més apassionants en el procés de descomposició de la Unió Soviètica. També recordo, com si fos ara mateix, el sopar de la nit de Cap d'Any de 1991, quan ja feia una setmana que la URSS no existia i tots plegats érem a punt de travessar el llindar de la nova Rússia capitalista.

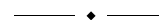
Washington seria la pròxima parada de la Pilar i el Carlos Enrique, i la vida no em va tornar a unir a la Pilar Casanova fins que vam coincidir en la junta del Col·legi de Periodistes, entre els anys 2010 i 2014. L'última vegada que la vaig veure va ser una tarda de diumenge de febrer d'aquest 2016 a casa seva, a Madrid, també prenent cafè amb llet i galetes. No va tenir ganes de baixar amb mi i el Carlos Enrique a donar un tomb per Chamberí. Em va acomiadar al replà de l'escala amb el mateix somriure amb què em rebia a la Prospiekt Mira de Moscou. Una mirada, la del aquell vespre, en què la tristesa mostrava el seu rostre més bell.

Llibert Ferrer



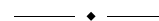
DIEGO MORENO DE LAS HERAS

Nascut a Almeria, el 1933, Diego Moreno de las Heras va morir el 24 de maig de 2016 a vuitanta-dos anys, llicenciat en Dret per la Universitat de Barcelona, va exercir el periodisme, primer, com a auxiliar de redacció (1962-1977) i, més tard, en qualitat de redactor (1977-1979) al *Mundo Deportivo*.



SEBASTIÁN FERRER

Precedit d'una àmplia carrera professional, el 14 de juny, moria el periodista Sebastián Ferrer García a seixanta-nou anys. Era natural de Múrcia, va arribar a Catalunya el 1971, on va treballar en diferents publicacions de cinema i societat. Poc després, va exercir en revistes d'humor com *La Codorniz* o *El Papus*. D'aquesta última guardava a la memòria el terrible dia en què un grup ultradretà va fer explotar un artefacte a l'edifici on s'assentava la revista i va causar la mort del porter. Posteriorment, Ferrer es va incorporar a *El Periódico de Catalunya* i, més tard, a *El Jueves*. Va jubilar-se voluntàriament a cinquanta anys afectat d'una depressió a la qual va seguir un càncer, malaltia que, finalment, li ha provocat la mort.



FRANCESC CATALÀ

El 14 de juny va morir a vuitanta-dos anys Francesc Català Mateu, històric del periodisme de la Transició. Va dirigir *La Veu de l'Anoia* durant deu anys, entre 1984 i 1994. Fou un dels professionals dels periodisme més conegut d'aquesta comarca. Estava molt lligat al *Diari d'Igualada*, on va tenir un paper actiu en l'adquisició del nou edifici del rotatiu.



LLUÍS SIERRA

El periodista Lluís Sierra va morir, el 21 d'agost a seixanta-un anys a l'Hospital de Sant Pau de Barcelona. Va començar a exercir el periodisme el 1976. Durant quatre dècades, Sierra va ser cronista de temes socials i d'informació local a la capital catalana. Des del 1986, treballava a *La Vanguardia*. Anteriorment, havia passat per altres diaris com *El Noticiero Universal*, *El Correo Catalán* i *l'Avui*. Sierra, a qui els companys consideraven "el degà de la informació municipal", va cobrir l'actualitat de Barcelona al llarg de la trajectòria professional. El periodista, que ja feia diversos mesos que era de baixa a causa de la malaltia, residia a Sant Celoni. Diversos periodistes i polítics, com l'alcaldessa Ada Colau, van expressar el condol a la família i als companys de redacció. Com va escriure Juanjo Caballero —que va ser company seu al diari del grup Godó— en un article al *Diario.es*, "amb la mort de Lluís Sierra desapareix el darrer representant plenament actiu d'una generació de periodistes barcelonins que va viure l'edat d'or de la informació local: els darrers anys del franquisme, la Transició i els primers ajuntaments democràtics".



Lluís Sierra era el cronista dels barcelonins. Foto: Ana Jiménez / *La Vanguardia*



NARCÍS-JORDI ARAGÓ

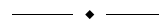
El periodista i escriptor gironí Narcís-Jordi Aragó (Girona, 1932) va morir, el 22 d'agost, a vuitanta-quatre anys a causa d'una malaltia respiratòria que se li havia agreujat en els últims mesos. Aragó va començar a treballar com advocat, després de llicenciar-se a la Universitat de Barcelona i no va ser fins més tard que va cursar estudis de Periodisme a l'Escola Oficial de Madrid. Entre 1957 i 1977, va exercir d'advocat, una professió que alternaria amb el periodisme. Va col·laborar amb Ràdio Girona i va treballar per a revistes i setmanaris com *Vida Catòlica*. Va ser director de *Presència* (1967-1980) i de la *Revista de Girona* (1985-2009). Entre altres mitjans, va col·laborar amb Ràdio Girona i *El Punt*. També va ser cap del gabinet de premsa de la Cambra de Comerç de Girona.

Molt implicat amb la professió, el 1977, va ser cofundador de l'Associació de Premsa de Girona i, el 1985, del Col·legi de Periodistes de Catalunya, sent-ne el primer president de la demarcació de Girona. La seva tasca professional ha rebut nombrosos reconeixements, com l'ingrés com a membre de la Reial Acadèmia de Belles Arts, el 1987; la Creu de Sant Jordi, el 2002, i el Premi Ofici de Periodista, que lliura el Col·legi de Periodistes, el 2009.

Nebot de l'arquitecte Rafel Masó, des del 2008, era president d'honor de la Fundació Rafael Masó. El febrer del 2015, juntament amb la seva dona, la pintora Mercè Huerta (que va morir el juliol del 2015) van cedir tot el seu fons a l'Ajuntament de Girona. Aragó havia escrit més d'una quinzena de llibres, entre els quals cal destacar *Girona grisa i negra* i *Periodisme sota sospita*.



Narcís-Jordi Aragó, tot un referent. Autor: Sergio Ruiz



MAIG

2 de maig

L'ARA, DIARI EUROPEU DE L'ANY. La directora de l'ARA, Esther Vera, recull a Viena el premi al Diari europeu de l'any aconseguit per aquest rotatiu en la categoria de Publicacions de l'àmbit subestatal. El guardó l'atorga l'Oficina per al disseny de diaris, una entitat alemanya que promou la innovació i la transformació de la premsa impresa. En el seu discurs, Vera reivindica la vocació europea de l'ARA en uns estats afectats per les desigualtats per causa de la crisi econòmica i, sobretot, pels fluxos d'aquells refugiats que han hagut d'abandonar el seu país per culpa d'una guerra. Hi destaca també el fet que sigui un diari publicat des de Barcelona i en català sempre disposat a "defensar els valors democràtics, la solidaritat i la diversitat". En aquesta convocatòria, es van presentar 196 diaris de 26 països que es publiquen actualment al continent europeu.



Foto: Apat-Fotoservice

Els responsables de l'ARA amb el premi.

ELS PREMIS CRÍTICA SERRA D'OR COMPLEIXEN CINQUANTA ANYS. Té lloc al Palau Moja de Barcelona l'acte de lliurament dels Premis Crítica Serra d'Or 2016, que enguany arriben a la 50a edició. Martí Domínguez obté el Crítica Serra d'Or 2016 de Novel·la per *La sega*. Josep-Ramon Bach ha obtingut el premi en Poesia amb *Caïm* i Pep Albanell, el de Narració per *Les fantasies del naufrag*. També, el d'Estudis literaris ha estat per a Julià Guillamon per *Joan Peruchó, Cendres i Diamants*, i el de Traducció, per a Irlanda indòmita. 150 poemes de w. B. Yeats, de Josep Maria Jaumà. En l'àmbit de recerca, Pere Villalba l'ha aconseguit per l'obra *Ramon Llull: vida i obres*, mentre que Xavier Duran ha rebut el de Recerca (Altres Ciències) per *La ciència en la literatura* i el de Catalànística ha estat atorgat a Ronald Puppo per *Mount Canigó. A tale of Catalonia*, una traducció del Canigó de Jacint Verdaguer. D'altra banda, Joan Yago, amb *You say tomato*, ha aconseguit el premi Teatre, Lali Álvarez amb *Ragazzo* ha aconseguit el de premi a l'espectacle teatral i la companyia Parking Shakespeare el premi de Teatre a l'aportació més interessant. Pel que fa a la categoria de Literatura infantil i juvenil, els guanyadors són Halil Bârcena i la il·lustradora Mariona

Cabassa per l'adaptació infantil de les *Històries de Nasrudin* amb el premi d'Infantil, Gisela Pou per *La noia de la mitjanit* amb el premi Juvenil (Creació) i Lemmiscates per *Arbres* amb el de Juvenil (Coneixements). Els Premis Crítica Serra d'Or no tenen dotació econòmica i consisteixen en la proclamació del veredictes i en el lliurament d'una serreta d'or, de solapa, que representa la distinció.

3 de maig

LA FIP DEFÈN LA LLIBERTAT DE PREMSA. La Federació Internacional de Periodistes (FIP) exigeix en un comunicat "tolerància zero" amb aquells que ataquen periodistes o que debilitin la llibertat de premsa". El president de la FIP Jim Boumelha, promet "un compromís indestructible" de la institució que representa per "perseguir tots aquells que intimidin, o amenacin els nostres companys i companyes, a més dels nostres drets i llibertats" en declaracions fetes durant la presentació d'un informe sobre la llibertat de premsa al món en què s'assenyalen casos flagrants contra la llibertat de premsa a Grècia, Perú, Malawi o el Congo, entre altres.

FRANCESC RIBERA, COORDINADOR DE RÀDIO BERGA. El regidor de l'Ajuntament de Berga, Francesc Ribera, *Títot* (CUP), serà el coordinador-director de la primera ràdio municipal, tot i que ha matisat que la direcció estratègica de la ràdio correspon al consell d'administració, Ribera ha dit que el consistori ha de fer una gestió directa de l'emissora municipal atès que la llei no permet externalitzar-ne el servei. Els grups del PSC i ERC han criticat aquesta decisió. El govern posarà a concurs la gestió de continguts de l'emissora per 10.000 euros l'any.

4 de maig

EL PAÍS COMPLEIX QUARANTA ANYS. El diari *El País* commemora els quaranta anys de la seva història i ho fa en un acte celebrat al Palau de Cibeles de Madrid amb assistència de la plantilla del diari i dels cinc directors que ha tingut (Juan Luís Cebrián, Joaquín Estefanía, Jesús Ceberio, Javier Moreno i l'actual, Antonio Caño).

5 de maig

ENTREGA DELS ORTEGA I GASSET DE PERIODISME. En el marc dels quaranta anys de vida, *El País* celebra l'entrega dels premis Ortega i Gasset de Periodisme

en una festa presidida pel rei Felip i la reina Leticia. Aquest cop, els Ortega i Gasset han correspost a Joseph Zárate, Lilia Saúl, Ginna Morelo, Samuel Aranda i Adam Michnik en els respectius àmbits. Els guardons actuals han destacat el periodisme de resistència i compromès amb els drets humans.



Foto: El País

Els reis durant l'entrega de premis.

7 de maig

ALLIBERATS TRES PERIODISTES ESPANYOLS SEGRESTATS A SÍRIA. El Govern confirma l'alliberament de periodistes espanyols Antonio Pampliega, José Manuel López i Àngel Sastre, retinguts a Síria des de l'11 de juliol passat. Segons fonts del govern, els tres estan en bon estat. Des de l'executiu també destaquen que l'alliberament ha estat possible gràcies al treball de molts servidors públics i de la col·laboració de països aliats i amics.

ANIVERSARI DE LA DEMARCACIÓ DE LA CATALUNYA CENTRAL. La Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes celebra els primers dos anys amb una primera trobada de col·legiats a la Tossa de Montbui, a l'Anoia, amb l'objectiu d'estreñer els vincles entre els professionals de la comunicació d'altres demarcacions i, així, compartir nous projectes.



Foto: Dem. Cat. Central

Un moment de l'acte a La Tossa de Montbui.

10 de maig

L'IJIC PUBLICA LA BASE DE DADES DELS PAPERS DE PANAMÀ. El Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació (ICIJ), amb seu a Nova York, publica la

base de dades dels Papers de Panamà a la qual es pot accedir a través del web offshoreleaks.ici.org. La informació no inclou dades personals i només hi apareix la informació corporativa de 200.000 societats en paradisos fiscals i vinculades a més de 200 països.

11 de maig

AGREDIDA LA DIRECTORA D'EL JUEVES. Mayte Quílez, directora del setmanari satíric *El Jueves*, és atacada per un desconegut encaputxat a les portes de casa seva, a Barcelona, quan tornava d'haver sortit a córrer. L'agressor li va donar un cop de puny a la cara i es va escapar sense dir res. La periodista ha presentat una denúncia davant el Mossos d'Esquadra. Quílez considera que una portada de la revista contra el creixement de la ultradreta a Europa en podria haver estat la causa. La revista havia rebut amenaces a través de les xarxes socials.



La polèmica portada d'*El Jueves*.

13 de maig

LA NOBEL ALEXIÉVICH A BARCELONA. Svetlana Alexiévich, Premi Nobel de Literatura, arriba a Barcelona per participar en diferents actes a la capital catalana. Alexiévich és la primera persona guardonada amb el Nobel pels treballs periodístics. Durant una conferència al CCCB, explica que el seu pare va estudiar periodisme abans de la guerra i que ella l'admirava pel seu treball i des de molt petita.

17 de maig

ALBERT GARRIDO PRESENTA LLIBRE. Albert Garrido, secretari general del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) presenta el llibre *En nombre de la Yihad* a la sala d'actes de l'Institut de la Mediterrània.

19 de maig

MARISOL SOTO, GUARDONADA. La periodista catalana Marisol Soto Romero, de Televisió Espanyola (TVE), guanya el cinquè Premi Internacional de Periodisme, Colombine, que patrocina la Fundació Unicaja. El guardó és per a "El machismo que no se ve", un documental emès a *Documentos TV* de La 2, el 23 de novembre de l'any passat. El treball —del qual Soto és la responsable del guió i de la direcció— dona visibilitat a conductes masclistes que segueixen presents en la nostra societat. Segons el jurat, el treball "és un magnífic reportatge que aborda el masclisme des de diferents perspectives i entre diferents públics".



Foto: TVE

Marisol Soto ha estat premiada.

24 de maig

EL PODER DELS MITJANS AL BRASIL. El Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes celebra en el segon debat de l'any sobre l'Amèrica Llatina titulat "El poder dels mitjans a Brasil", després del dedicat a l'Argentina. Durant l'acte, moderat per Josep Ramon Giménez, membre del Grup de Periodisme Solidari, hi participen Marta Orsini, periodista brasilera i investigadora de comunicació i gènere, Flavio Carvalho, sociòleg i agent consular al Consolat General de Brasil a Barcelona, i Francesc Escribano, periodista i autor del llibre *Descalç sobre la terra vermella. Vida del Bisbe Pere Casaldàliga*. A més, els assistents van poder mirar uns vídeos amb les opinions enviades des del Brasil de Maria Badet, doctora i investigadora en mitjans de comunicació, immigració brasilera i gènere, a més de Joan Biosca, corresponent a l'Amèrica Llatina per a TV3, l'ARA i Catalunya Ràdio. La sessió girà entorn la crisi econòmica i política al Brasil, inclosa la suspensió de Dilma Rousseff com a presidenta del Govern. Els ponents analitzen el rol dels diaris per les respectives influències mediàtiques i per la pèrdua de l'autocrítica.

25 de maig

MÒNICA TERRIBAS, EN UNA XERRADA D'ACUDAM. La periodista Mònica Terribas participa en una jornada organitzada per ACUDAM sobre persones discapacitades. La sessió té lloc a la sala d'actes de la Comunitat

de Regants dels canals d'Urgell i compta amb la participació del director de l'ONG de Lleida, Domingo García, i el president de Salut Mental Catalunya a Terres de Ebre. L'associació ACUDAM treballa en l'atenció a persones amb discapacitat intel·lectual, donant-los suport i millorant-ne el nivell d'autonomia i de qualitat de vida.

26 de maig

AGREDEIXEN PERIODISTES DURANT ELS ALDARULLS A GRÀCIA. El desnonament per part dels Mossos d'Esquadra d'uns okupes instal·lats a l'edifici anomenat Banc expropiat, al centre del barri de Gràcia, provoca tres nits d'aldarulls i d'enfrontaments als carrers d'aquest barri. Els okupes increpen els Mossos i la premsa, ja que han malmès una càmera de TV3 que estava cobrint els esdeveniments. A la vista de les circumstàncies, l'alcaldeessa Colau admet la decisió d'intervenir i demana als veïns que ajudin a fer de mitjancers en el conflicte. El balanç de les tres primeres nits d'aldarulls ha estat de 2 detinguts i 33 ferits.

JUNY

2 de juny

MEDIAPRO RECUPERA LA MARCA GOL PER AL NOU CANAL ESPORTIU. L'empresa informàtica Mediapro decideix recuperar la marca Gol per al nou canal de televisió esportiu en obert que ha iniciat ahir, per sorpresa, les emissions en proves. Segons l'empresa, ben aviat "té previst oferir als espectadors les modalitats esportives més espectaculars i esports d'acció", tal com ho afirma en un comunicat. El nou canal ocupa la freqüència de Veo TV, propietat d'Unidad Editorial. Inclourà tant programes de producció pròpia com informatius i magazins.

PERIODISTES AGREDITS A LLEIDA. Un grup de joves tancats al Rectorat de Lleida des de fa tres setmanes agredeixen els periodistes als quals ells mateixos havien convocat per explicar-los la seva situació. Els okupes, entre ells ciutadans i persones alienes al campus, protesten pel fet que, des de fa una desena d'anys, la sotsdelegada del govern central, la professora associada Inma Manso, hi imparteixi classes. Arran dels fets, el Col·legi de Periodistes considera "intolerable i inacceptable qualsevol amenaça a periodistes en l'exercici de la professió".

6 de juny

NOVA EDICIÓ DE L'ANUARI MEDIA. CAT. El Grup Barnils presenta al Col·legi de Periodistes l'*Anuari Media. Cat* sobre Els Silencis Mediàtics de 2015 observats i comprovats per investigadors i periodistes. El projecte va sorgir per destapar informacions que no sempre apareixen als mitjans. En l'edició d'enguany, s'han tractat temes com els maltractaments al centre penitenciari de Tarragona per part de dos mossos d'esquadra o l'entrada en vigor de la llei mordassa, entre molts altres.

10 de juny

ENRIC JULIANA I MARIA CASADO, GUARDONATS PER L'APEI. Els periodistes catalans Maria Casado i Enric Juliana reben el premi Micròfon dels Informadors que, des de fa quinze anys, atorga l'Associació Professional Espanyola d'Informadors de Premsa, Ràdio, Televisió i Internet (APEI), que ha atorgat guardons en les categories de premsa, ràdio, televisió, doblatge, publicitat i comunicació. El lliurament dels guardons té lloc en un acte celebrat a Caldes de Malavella.



Foto: APEI

Foto de família dels premiats.

13 de juny

L'ADPC RECORDA MONTSERRAT ROIG. L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) recorda Montserrat Roig en un acte al Col·legi de Periodistes amb motiu dels vint-i-cinc anys de la seva mort. L'acte és conduït per Maria Àngels Cabré, escriptora i directora de l'Observatori Cultural de Gènere i compta amb la participació de Neus Ràfols, periodista de l'ADPC; Rosa Montero, periodista i escriptora, i Roger Sempere, fill de Roig. L'homenatge inclou una lectura de textos i un acompanyament musical de Llàcia Vives i Carles Beltran.

15 de juny

THE SUN S'INCLINA PEL BREXIT. A pocs dies del referèndum britànic a favor o en contra de sortir de la UE, el diari *The Sun* s'inclina a tota portada a favor

del Brexit. *The Sun* és el tabloide del grup Murdoch i té una tirada pròxima als dos milions d'exemplars diaris. "Fora de la Unió Europea —escriu *The Sun*—, serem més rics, estarem més segurs, ja que Europa és cada cop més avara, malgastadora acusadora i incompetent". Els editors de *The Sun* volen un estatus com el dels Estats Units, Canadà, Austràlia i Nova Zelanda. D'altra banda, Nicolas Sarkozy, expresident francès, analitza en una entrevista amb l'Aliança de Diaris Líders a Europa la crisi dels refugiats i els atacs terroristes. "Sigui quina sigui la resposta del britànic davant del Brexit, s'haurà de posar damunt la taula el projecte d'un nou tractat europeu", assegura Sarkozy.

16 de juny

NEIX UN NOU PROGRAMA DE REPORTATGES. *Reiniciando* és el nou programa que estrena al canal de Movistar+, dirigit per la periodista Estíbaliz Gabilondo. Es tracta de sis lliuraments d'una hora de durada que aprofundeixen en temes d'actualitat des d'un punt de vista diferent dels que es divulguen a la petita pantalla, tal com explica David Miralles, productor de l'espai.



Foto: Movistar+

L'equip del programa.

19 de juny

CURSA FAMILIAR DE RAC1 A GIRONA. Més de quatre mil corredors competeixen pels carrers de Girona ciutat en un recorregut de cinc quilòmetres. Tots porten les samarretes del color vermell de l'emissora del Grup Godó. L'atleta barceloní Roger Roca es proclama campió en categoria masculina i Jéssica Bonet en categoria femenina.



Foto: xxx

L'equip d'Esports de RAC1 amb la samarreta.

22 de juny

DIARIS BRITÀNICS ENTORN DEL BREXIT. A les portes del referèndum a la Gran Bretanya que decidiran si els britànics volen marxar o continuar a Europa, els diaris del país segueixen posicionant-se després que ho fes *The Sun*, favorable a la sortida. Així, per exemple, *The Guardian*, *The Times*, *Financial Times* i *The Economist* són favorables a seguir a la UE, mentre que diaris més populistes com *Daily Telegraph* aposten pel Brexit.

29 de juny

LLEGIR DIARIS EN TEMPS DE PRECARIETAT. Té lloc al Col·legi de Periodistes una conferència organitzada pel Consell e la Informació de Catalunya (CIC) i la Federació d'Associacions de Gent Gran de Catalunya (FATEC). Intervé el periodista Josep Maria Cadena, recentment guardonat amb el Premi Ofici de Periodista, i explica com interpretar els diaris en un moment de canvi social i polític com l'actual. Es refereix, també, a la transformació del diari en paper i a l'entorn digital i en què ha significat això per a la gent gran. Presenten l'acte Josep Carné, president de la FATEC, i Roger Jiménez, president del CIC.

JULIOL

1 de juliol

DESCOMpte AL PALAU PELS COL·LEGIATS. El Col·legi de Periodistes de Catalunya i el Palau de la Música Catalana arriben a un acord segons el qual els col·legiats gaudiran d'un descompte en el preu d'entrades per als concerts,

7 de juliol

LLIUREN LES PETXINES DE LA INFORMACIÓ. El periodista, dramaturg i escriptor Toni Orensanz ha estat distingit amb la Petxina Daurada, que atorga la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes per premiar una trajectòria professional. El guardó va tenir lloc en el marc de la vint-i-quatre edició de la Festa de les Petxines de la Informació, celebrada a les Granotes Terrassa de Tarragona. D'altra banda, el gabinet de premsa dels Bombers de la Generalitat obté la Petxina Oberta, que reconeix la font informativa que ha atès amb rigor, diligència i efectivitat els requeriments dels periodistes, "per la disponibilitat a l'hora d'atendre les peticions dels mitjans i la bona gestió del cas de Freginals". La Petxina Tançada, per a aquella font informativa que ha dificultat

— • DIA A DIA • —

la feina dels mitjans, ha estat per al Departament de Salut de la Generalitat per "l'apagada informativa en el brot d'enterovirus". La Festa de les Petxines de la Informació ha estat conduïda pels periodistes Quim Pons i Esteve Giralt.



Foto: Demarcació Tarragona

Els guardonats d'aquesta edició.

ALBERT OM TORNA A RAC1. A partir del 5 de setembre, el periodista Albert Om tindrà un nou espai diari de dilluns a divendres de 19 a 20 hores a RAC1.

Els primers anys de la ràdio del Grup Godó, Om ja va estar al capdavant, primer de *Dies tontos*, que es va emetre els caps de setmana durant tres mesos, i després de *L'hora del pati*, el magazín del matí que es va emetre durant quatre temporades. Om vol recuperar l'esperit dels seus programes *El Club* i *El convidat* i es mostra "entusiasmada" de tornar a conduir un programa de ràdio.

11 de juliol

PERIODISTES A CIUTAT DEL VATICÀ. El papa Francesc nomena dos periodistes per desenvolupar importants càrrecs a Ciutat del Vaticà en substitució del relleu del portaveu de la Santa Seu, fins ara, el jesuïta Federico Lombardi, comunicador que ha exercit a Roma durant deu anys. El succeirà el periodista nord-americà Greg Burke, que era el segon de Lombardi. Burke ha estat durant molt temps corresponsal de la cadena Fox News a Roma. Com a segona portaveu

del vaticà hi haurà la periodista espanyola Paloma García Ovejero, que era corresponsal a Roma de la Cope. Ovejero és la primera dona que ocupa aquest càrrec.



Greg Burke substitueix Federico Lombardi.

13 de juliol

MÉS DE 5.000 HORES DELS JOCS. RTVE dóna a conèixer la cobertura dels Jocs Olímpics de Rio de Janeiro. Un equip de 129 periodistes es desplaçaran a Brasil



DRS. MIRAVÉ
CENTRE ODONTOLÒGIC

TOTES LES ESPECIALITATS



SERVEIS INCLOSOS PER COL·LEGIATS/DES I FAMILIARS

- Neteja dental anual
- Visites
- Revisions
- Visites d'urgències
- Rx intraorals

ESPECIALISTES EN TOTES LES BRANQUES ODONTOLÒGIQUES.

PIONERS EN IMPLANTS DE ZIRCONI I ODONTOLOGIA HOLÍSTICA I KINESIOLÒGICA.

La resta de serveis i tractaments, tenen tots els avantatges d'una pòlissa Dental Familiar tant per als Col·legiats/des, com per als familiars que convisquin amb ells/es Acreditació: carnet col·legial del CPC.



- ▶ Muntaner 239, 1C 08021 Barcelona
T. 93 200 93 39
- ▶ Indústria 7, Principal 08037 Barcelona
T. 93 458 45 99
- ▶ info@mirave.es
- ▶ www.mirave.es

en un desplegament que cobriran tant TVE com *Téledeporte*. A més, un ampli equip de 141 persones treballaran des d'Espanya. RTVE també anuncia que realitzarà una àmplia cobertura dels Jocs Paralímpics, que tindran lloc al setembre.

14 de juliol

EL SOPAR DELS PERIODISTES A GIRONA. Té lloc el vuitè Sopar dels Periodistes de Girona, que reuneix més de quaranta professionals de la comunicació. La trobada se celebra a la terrassa del restaurant Can Vell de Sarrià de Ter i és tot un èxit de participació. Quaranta-quatre professionals comparteixen una vetllada distesa i molt agradable. L'acte, que ha tingut lloc a peu dret, ha comptat amb un breu recital de Clara Sánchez Castro, periodista i cantant.

PERIODISME A MÈXIC. El Grup de Treball de Periodisme Solidari del Col·legi de Periodistes de Catalunya celebra un debat de la mà de periodistes mexicans per analitzar la situació d'aquell col·lectiu que veu amenaçat el dret a la informació. Segons l'últim informe de Reporters sense Fronteres, Mèxic es troba en el 7è lloc a nivell mundial, i és el primer a l'Amèrica Llatina quant a perillositat a l'hora d'exercir la professió. L'acte té lloc dins del cicle "Periodisme a Llatinoamèrica" i compta amb la presència de periodistes mexicanes com Leticia Cruz, cofundadora de la Casa de la Mujer Iberoamericana en Barcelona i activista feminista transnacional; Beatriz Patraca, professora de la UOC i membre del projecte col·lectiu per la pau a Mèxic "Nuestra Aparente Rendición"; Violeta Rodríguez, investigadora de la Universidad Iberoamericana i especialista en temes socials, transparència, gènere i migració. També hi ha una intervenció enregistrada des de Mèxic de Sara Lovera, membre de la Casa de Protección y Derechos de Periodistas. L'acte és moderat per Victoria Hita, del Grup de Treball de Periodisme Solidari.

15 de juliol

LA RADIOTELEVISIÓ PÚBLICA TORNARÀ A VALÈNCIA. Les Corts Valencianes aproven el que es denominarà Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació després que, el novembre de 2012, el Govern acomiadés 1.600 treballadors dels mitjans públics valencians. A partir d'ara, la Generalitat confia a accelerar al màxim el projecte perquè en un termini molt breu comencin les emissions. La nova radiotelevisió comptarà amb dos canals de televisió i dos de ràdio. La normativa preveu la creació d'organismes

de control, com ara el consell rector i el consell professional, que evitin manipulacions com les realitzades en un passat no llunyà.

16 de juliol

CRISTINA SÁEZ, GUARDONADA. La periodista Cristina Sáez, col·laboradora de *La Vanguardia*, va rebre el premi Concha García Campoy en la categoria de Premsa escrita pel reportatge *Una esperanza para el alzheimer*, publicat al *Magazine*. El guardó ha estat creat per l'Acadèmia de Televisió i reconeix treballs periodístics "que traslladin a la societat amb rigor, ètica i compromís, històries relacionades amb la investigació, la divulgació científica o la salut". També han estat premiats Pepa Fernández, de RNE, en la categoria de Ràdio, i Teresa Gray i Àngel Navarro en la de televisió per un reportatge emès a La 2.

18 de juliol

JORDI BASTÉ SEGUIRÀ A RACI. El món a RACI, el programa de ràdio que dirigeix i presenta Jordi Basté i líder d'audiència a Catalunya, continuarà en antena la pròxima temporada. Així ho ha confirmat el mateix Basté tot dient: "Continuarem. No puc abandonar després d'una temporada plena diàriament de fets inesperats almenys pels que segueixen el mitjà. Joestic molt agraït als oients i al grup en el qual treballa". Basté ha renovat per una temporada més.

19 de juliol

MERITXELL MARTORELL, PREGONERA A MALGRAT. La periodista Meritxell Martorell, presentadora del programa *21 días de Cuatro*, farà el pregó de la festa major d'estiu de Malgrat de Mar. Martorell estarà acompanyada per la Colla de Diables Ratpenats infernals al Parc del Castell, espai on enguany té lloc l'acte d'obertura dels actes de Sant Roc. El pregó comptarà també amb un vídeo realitzat pel malgratenc Òscar Xavier Gómez i una performance.



Foto: Cuatro

Martorell obrirà les festes de Malgrat.

20 de juliol

ASSASSINAT UN PERIODISTA RUS A UCRAÏNA. Pavel Sheremet, un reputat periodista rus, és assassinat amb una bomba lapa col·locada al cotxe en ple centre de Kiev, capital de l'exrepública soviètica. Tenia quaranta-quatre anys i s'havia destacat per ser independent en l'exercici de la professió. Va ser crític amb les autoritats de Bielorrússia, on va néixer, i també amb Rússia i Ucraïna on havia treballat. L'assassinat es va produir quan sortia de casa seva per adreçar-se a Ràdio Vesti, on presentava un programa.

28 de juliol

EXPOSICIÓ D'ALBERT OLIVÉ A TARRAGONA. El fotoperiodista Albert Olivé Boix (Barcelona, 1954) exposa al Tinglado número 4 del Moll de la Costa del Port de Tarragona en una mostra que porta per títol "A l'entorn de la mirada" i on es poden trobar més d'un centenar de fotografies de l'autor. Olivé recrea en aquestes imatges, la seva visió de la política, la cultura, la societat i els esports dels darrers trenta cinc anys. Olivé ha treballat a mitjans com l'*Avui* (1979), el *Noticiero Universal* o el *Correo Catalán*. Entre 1987 i 2014, va treballar a l'agència EFE.



Foto: Miquel Benítez

Albert Olivé exposa a Tarragona.

29 de juliol

NEIX *EL PETIT SÀPIENS*. Sàpiens Publicacions treu una nova revista pensada per aproximar la història als més petits. Es tracta d'*El Petit Sàpiens*, que té com a objectiu "contagiar la passió pel passat als infants amb reportatges adaptats i continguts per divertir-se mentre aprenen", tal com apunta l'empresa editora. El primer número d'aquesta nova revista —en què tots els articles estan il·lustrats i escrits amb un llenguatge adequat per als petits lectors— tracta sobre l'antic Egipte, la història dels primers ordinadors o la revolució científica de Copèrnic, entre altres reportatges. *El Petit Sàpiens* —que es pot adquirir per separat o per un euro més amb el *Sàpiens*— està fet amb un equip de col·laboradors especialitzats en publicacions infantils.

CENTRE DE DOCUMENTACIÓ MONTSERRAT ROIG

Posem a disposició fons i recursos documentals, productes i serveis especialitzats en comunicació i professió periodística:

OFERIM

ESPAI DE TREBALL, PRÉSTEC I RESERVA DE DOCUMENTS, CONSULTA PERSONALITZADA, I LLEGAT D'ARXIVS PERSONALS DE PERIODISTES

COMPARTIM

DIRECTORIS DE MITJANS, BORSES DE TREBALL, PREMIS, ... I UNA GUIA DE RECURSOS I BONES PRÀCTIQUES

ACCÉS

AL REPOSITORI DIGITAL I LES EXPOSICIONS VIRTUALS I FONS HISTÒRIC DIGITALITZAT



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

— · COM ENS VEU... JOSEP HOMS · —



Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals.
Una altra és fer-ho:

Compte Expansió Plus PRO

T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat*

0

comissions
d'administració i
manteniment.**

+ 3%

de devolució (mínim 5 euros i fins a
50 euros al mes) en els principals
rebuts domiciliats i sobre les
compres amb targeta de crèdit en
comerços d'alimentació.⁽¹⁾

+

3% TAE

de remuneració
en compte sobre els 10.000 primers
euros, en cas de tenir saldos en
estalvi-inversió superiors a
30.000 euros.⁽²⁾

Truca'ns al **902 383 666**, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una
reunió i comencem a treballar.

sabadellprofessional.com

El Compte Expansió Plus PRO és exclusiu per a determinats col·lectius professionals. Pregunta al teu gestor quina és la solució financera concreta per al teu col·lectiu.

1. Rebuts domiciliats que corresponguin, com a emissor, a organitzacions no governamentals (ONG) registrades en l'Agència Espanyola de Cooperació i els rebuts de col·legis, escoles bressol i universitats carregats durant el mes. Han de ser centres docents espanyols (públics, privats i concertats) i se n'exclouen les despeses d'acadèmies particulars, col·legis professionals o despeses diferents a les d'escolarització. Tampoc s'hi inclouen les despeses en concepte de postgraus, màsters i doctorats.

2. Operacions de compra fetes a crèdit incloses en la liquidació del mes, amb les targetes modalitat Classic, Or, Premium, Platinum i Shopping Or el contracte de les quals estigui associat a aquest compte, en els establiments comercials d'alimentació inclosos, que es poden consultar en la pàgina www.bancsabadell.com/compteexpansioplus.

3. Per tenir accés a aquesta retribució els titulars han de tenir un saldo mitjà mensual en el banc superior a 30.000 euros en recursos, calculat com la suma de saldos del mes anterior de: comptes a la vista, dipòsits, renda fixa a venciment, assegurances de vida-estalvi, fons d'inversió, valors cotitzables i no cotitzables, plans de pensions, plans de previsió d'EPSV i BS Fons Gran Selecció. No es tindrà en compte per al còmput del saldo mitjà el saldo existent en aquest Compte Expansió Plus PRO ni en cap altre de les mateixes característiques en què els titulars siguin intervinents. Sí que es tindrà en consideració el nombre de cotitulars, per la qual cosa el saldo mínim existent en l'entitat com a requisit serà el pres proporcionalment per a cada cotitular. No es remuneraran els saldos durant el primer mes de vida del Compte Expansió Plus PRO.

En cas que no s'assoleixi per part dels titulars el saldo mínim que dóna dret a la retribució del Compte Expansió Plus, la liquidació es farà al 0% per aquest concepte.

Rendibilitat: per al tram de saldo diari que excedeixi els 10.000 euros: 0% TIN. Per al tram de saldo diari des de 0 fins a un màxim de 10.000 euros: 2,919% TIN, 1,9910% TAE (calculada tenint en compte els dos tipus d'interès per al supòsit de permanència del saldo mitjà diari durant un any complet). Exemple de liquidació en un any: saldo en compte de 15.000 euros diaris, saldo diari sobre el qual es remunera: 10.000 euros; freqüència 12 (mensual); interessos liquidats en l'any: 291,90 euros.

Oferta vàlida, a partir del mes de octubre de 2015, per la domiciliació en el Compte Expansió Plus PRO d'una nova nòmina, pensió o ingrés regular mensual per un import mínim de 3.000 euros (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular). També cal haver domiciliat 2 rebuts domèstics en els 2 últims mesos.

* Fins un màxim de 100 euros anuals per compte, amb la quota domiciliada. L'abonament es farà durant el mes de gener en l'any següent.



“ Jo em refio d'Asisa
perquè reinverteix
en la teva salut.

No et sembla
una bona raó? ”

A **Asisa** reinvertim els nostres beneficis
en més serveis per als nostres assegurats.

- 10.981.869 consultes a especialistes
- 942.793 urgències hospitalàries
- 11.639 parts assistits
- 5.044.646 proves diagnòstiques
- 245.451 intervencions quirúrgiques
- 155.016 ingressos hospitalaris
- 348.294 consultes odontològiques

asisa.es
901 10 10 10

asisa 

El nostre benefici és la teva salut

