

# ♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Setembre 2017 · Núm. 176 · 4 €



## LA COBERTURA MÉS POLÈMICA

Els atemptats a Barcelona i Cambrils reobren debats deontològics enmig d'un ambient enrairit

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**



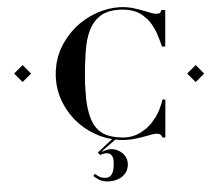
Patrocinador de  
l'Equip Olímpic



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

DOSSIER

CONGRÉS MUNDIAL D'EDITORS



**05** CARTA DE LA DEGANA  
**MÉS PERIODISME**  
TEXT Neus Bonet Bagant

**06** REPORTATGE  
**LA COBERTURA MÉS POLÈMICA**  
TEXT Jordi Rovira /  
Adrián Caballero  
FOTOS Francesc Melcion (cedides  
pel diari *ARA*)

**16** CRÒNICA  
**LA MEMÒRIA DE LA PROFESSIONI**  
TEXT Eudald Coll

**20** REFLEXIÓ  
**"ENS CREIEM MÉS IMPORTANTS  
DEL QUE SOM"**  
TEXT Carles Capdevila  
FOTO Pere Tordera (cedida pel dia-  
ri *ARA*)

**24** REPORTATGE  
**ASSETJATS**  
TEXT Laura Saula  
IL·LUSTRACIÓ José David Morales

**28** ENTREVISTA  
**MAR CABRA**  
TEXT Jordi Rovira  
FOTO Manu Fernández

**32** REPORTATGE  
**LA VEU DEL PODER?**  
TEXT Eudald Coll

**32** NOVETAT EDITORIAL  
**LA GUERRA PEL TEMPS**  
TEXT Marc Argemí  
IL·LUSTRACIÓ Àlbert Pinilla

**40** REPORTATGE  
**QUI ESTIMA L'EXTREMA DRETA?**  
TEXT Anna Galdón

**46** DOSSIER  
**MÉS ENLLÀ DE TECNOLOGIES I  
FORMATS**  
TEXT Teresa Turiera  
FOTOS DOSSIER Rainer Mirau /  
GEN

**52** DOSSIER  
**L'AUDIÈNCIA DESCONFIA**  
TEXT Adrián Caballero

**58** DOSSIER  
**INNOVACIONS CONSTANTS**  
TEXT Teresa Turiera

**62** DOSSIER  
**FACEBOOK HO ÉS (QUASI) TOT**  
TEXT Adrián Caballero

**66** REPORTATGE  
**ELS DIARIS DELS INDUSTRIALS**  
TEXT Xavier Martí i Ylla

**70** REPORTATGE  
**UNA AUTORA COSMOPOLITA**  
TEXT Elvira Altés  
FOTOS cedides per Institució  
de les Lletres Catalanes

**76** PERIODISME AL MÓN  
**UNA PERSECUSIÓ ENDÈMICA**  
TEXT Esther Molas

**84** WEBS / LA XARXA  
Àlex Barnet

**86** LLIBRES  
Joan Palomes

**88** LA FOTO  
N. J.

**90** OBITUARIS

**92** DIA A DIA  
Sara Masó

**98** COM ENS VEU...  
Dani Zarzuelo

REVISTA CAPÇALERA  
Núm. 176

**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** Maravillas Bolarin  
**FOTO PORTADA** Cristina Calderer (*ARA*)

**REDACCIÓ**  
Col·legi de Periodistes de Catalunya  
Rambla de Catalunya 10, principal  
08007 Barcelona  
T 93 317 19 20  
[comunicacio@periodistes.org](mailto:comunicacio@periodistes.org)  
[www.periodistes.cat](http://www.periodistes.cat)

**DEMARCACIONS**  
Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,  
T 972 209 162  
Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,  
T 973 240 044  
August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,  
T 977 245 454  
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** Joan Maria Morros, Sara Sans,  
Rafael Gimena, Sílvia Tejedor, Joan Ventura i  
Enric Badia  
**SECRETÀRIA** Núria de José  
**TRESORER** Rafa Gimena  
**VOCALS** Jordi Basté, Juan Garcia Bausa,  
Ramon Besa, Francesc Canosa, Sílvia Cobo,  
Laura Fanals, Laia Forès, Esteve Giralt, Mònica  
López Ferrado, Xevi Massachs, Ismael Nafria,  
Jordi Navarro, Alicia Oliver, Carles Prats, Josep  
Ramón Ribé, Jesús Sagués i Marc Vidal

**GERENT** Martí Calsapeu  
**DIPÒSIT LEGAL** GI.358-89  
ISSN 1135-1047  
**IMPRESSIÓ** Litografia Rosés



*XVIII Jocs Mediterranis*

# *Avancem junts cap a una mateixa meta*

*El Complex Industrial de Repsol a Tarragona  
dóna suport als XVIII Jocs Mediterranis i mostra,  
una vegada més, el seu compromís amb el territori*



**REPSOL**

*Inventem el futur*

# Més PERIODISME



Els atemptats de Barcelona i Cambrils han trasbalsat la nostra societat i han posat en qüestió el nostre ofici. No només per la imatge que hem donat, sinó per com hem exercit la responsabilitat de garantir el dret a la informació. Alguns col·lectius, seguretat i emergències, n'han sortit reforçats. Sol passar en situacions dures com aquestes. Aquí, l'ofici del periodisme ha tocat fons. Un fons impossible d'abastar. Ho podeu veure en el reportatge d'aquesta revista en què oferim una visió al màxim polièdrica possible, que permet fer autocrítica. No és que cregui que ho necessitem, crec que ho hem de fer i a marxes forçades.

El Col·legi de Periodistes no és de col·legiació voluntària. Els que ens hi sumem, ho fem per defensar un Codi amb el qual creiem i pel qual lluitem. Per defensar un periodisme com més honest possible, enmig de precarietat, pressions i interessos, per defensar una llibertat d'expressió, ens agradi més o menys. I en un àmbit, el català, d'un mercat que s'autoregula.

Arran dels atemptats, hem viscut una revolta contra el sensacionalisme, la insensibilitat d'alguns mitjans i periodistes buscant el que NO volem en el nostre Codi: el benefici personal, el clic

"EN UNA SITUACIÓ TAN DURA COM ELS ATEMPTATS D'AGOST, L'OFICI DEL PERIODISME HA TOCAT FONS"

fàcil i l'oportunisme. La Junta no tenim capacitat de sancionar, castigar ni expulsar. Som més de quatre mil periodistes, i cadascun reflexiona i té NOMÉS un fet en comú: abraçar lliurement el Codi deontològic.

Deixeu-me que, més enllà del paper de degana, expressi la tristesa humana i professional més profunda per les peticions de periodistes demanant el tancament de mitjans i la persecució intol-

erable de periodistes que havien expressat el que pensen. I també per la interessada utilització de l'atemptat amb la situació política.

La Junta treballa, voluntàriament, i amb molts esforços, per una millor praxi de l'ofici, per la defensa de la llibertat d'expressió. No adoctrinem, no dictem, ni volem condicionar cap mitjà (les línies editorials són sobiranes). No ens apuntem a fer llistes de bons i dolents i, per damunt de tot, mai ens apuntarem a adobar dianes i persecucions a periodistes. I NO és cap actitud gremial. És democràtica, és llibertat d'expressió, és convivència. No som *hooligans*. Defensem el Codi deontològic, apostem per MÉS PERIODISME i PERIODISME MÉS QUE

MAI. I, digueu-nos ingenus, creiem que el periodisme es pot exercir des de l'honestedat i la pluralitat.

L'actual Junta no es dedica ni s'ha dedicat MAI a donar lliçons. Busquem el debat, l'autocrítica i lluitem per defensar l'ofici.

Us convido a debatre sobre com informar dels atemptats, de les possibles vulneracions del Codi, del paper distorsionador de les xarxes o de la politització interessada, entre altres reptes. Trobem-nos al Col·legi, la casa dels periodistes, un espai de reflexió, de debat irrenunciable. Sense blancs i negres, amb tots els matisos. I pensant en el dret a la informació de la ciutadania. En l'autoregulació. En el fet que tenim una gran responsabilitat social.

Ben cordialment,

**Neus Bonet Bagant**

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

[degana@periodistes.org](mailto:degana@periodistes.org)



Foto: Xavier Bertral (ARA)

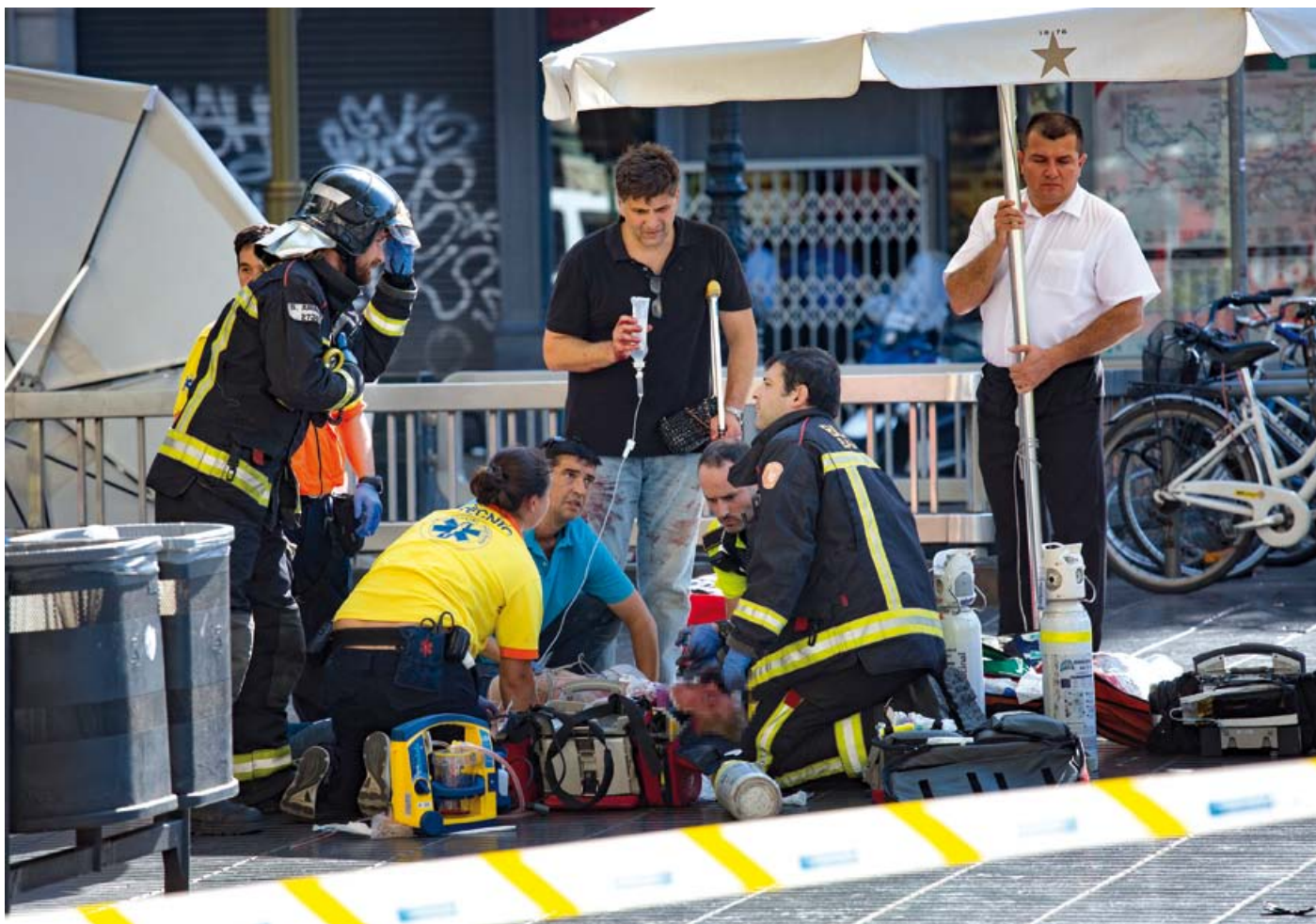


# LA PITJOR NOTÍCIA

Els atemptats a Barcelona i Cambrils enfronten la professió amb els seus pitjors fantasmes

TEXT JORDI ROVIRA / ADRIÁN CABALLERO  
FOTOGRAFIES CEDIDES PEL DIARI ARA

Els atemptats d'Estat Islàmic a Barcelona i Cambrils han provocat una forta polèmica en la professió i han obert una sèrie de debats paral·lels. Alguns, com el de quines fotografies s'han de publicar o no, són recurrents. D'altres, lligats a les noves tecnologies, tenen menys recorregut. Enmig d'aquest context, i amb el mar de fons del procés sobiranista, sorgiren opinions sovint airades entre companys de professió que mantenen fortes divergències. En allò que quasi tothom coincideix és en la necessitat d'una reflexió serena al voltant del tractament informatiu dels fets dramàtics viscuts aquest agost.



Uns sanitaris atenen una de les víctimes de l'atemptat de la Rambla. Foto Francesc Melcion (ARA)

“Mai una cobertura informativa a casa nostra havia generat tanta polèmica”. Quan una setmana després dels atemptats de Barcelona i Cambrils, el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) va anunciar en un comunicat que estudiarien el tractament mediàtic dels fets, eren conscients de les repercussions en la professió del que havia passat aquells dies tant tristos.

La notícia més tràgica va succeir, a més, en el pitjor moment. Aquell disset d'agost les redaccions estan més sota mínims, amb bona part del personal de vacances quan, pocs minuts després de les cinc de la tarda, arribaren les primeres notícies del que semblava una acció terrorista a la Rambla. L'agenda mediàtica havia estat esmicolada i començava una cursa informativa frenètica.

A poc a poc, les redaccions es van anar omplint per cobrir una jornada maratoniana. A TV3, una desena part dels que treballaren aquella tarda estaven de vacances, però s'hi van incorporar a corre cuita. “Van ser ells que van demanar de venir”,

## "TOTHOM QUI ESTAVA DE VACANCES ES VA OFERIR PER TREBALLAR"

Karma Peiró, *Nació Digital*

assegura Vicent Sanchís, director de la televisió pública catalana. A RAC1, els que es trobaven a prop de vacances s'uniren al personal d'estiu, format sobretot per gent jove, a Catalunya Ràdio mitja dotzena de periodistes que feien vacances anaren a ajudar, mentre que a l'Agència Catalana de Notícies els quinze de guàrdia es duplicarien en poca estona. “Tothom qui estava de vacances es va oferir per treballar”, explica Karma Peiró, directora de *Nació Digital*. I així moltes redaccions.

## RECOMANACIONS RECENTS

El Col·legi de Periodistes i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) van reaccionar difonent les *Recomanacions sobre*

*la cobertura informativa d'actes terroristes*, elaborades per les dues institucions i presentades al novembre. Entre altres aspectes, apunten que els mitjans s'han d'abstenir de difondre imatges de morts si se'ls pot reconèixer o si la cruesa és excessiva, o que només s'han de prendre imatges i declaracions de supervivents amb autorització expressa. “Aquestes recomanacions es començaren a treballar arran de l'atemptat de Niça. Es varen fer moltes consultes per perfilar aspectes molt dubtosos. I vàrem estar en contacte amb el Consell Superior Audiovisual francès que

## "MAI UNA COBERTURA INFORMATIVA A CASA NOSTRA HAVIA GENERAT TANTA POLÈMICA"

Consell de la Informació de Catalunya

preparava un document similar”, explica Salvador Alsius, vicepresident del CAC.

La majoria de professionals consultats asseguren conèixer-ne les recomanacions. “Ha estat un dels documents de referència

a l'hora d'abordar els límits del tractament informatiu d'una crisi d'aquesta magnitud”, assegura Marc Colomer, director de l'ACN. “Jo les tenia

presentes, si bé una cosa és la teoria i una altra la pràctica, que és molt diferent”, admet Jordi Basté.

## PRUDÈNCIA I PRESSES

Molts mitjans tenien clares les línies vermelles. “Vam donar instruccions de no penjar vídeos ni fotografies molt explícites i escabroses que ens arribaven”, afirma Saül Gordillo, director de Catalunya Ràdio.

A l'ACN, es van autoimposar no difondre cap informació que no fos oficial o confirmada, com a mínim, per dues fonts solvents. I a *Nació Digital* no van publicar imatges ni vídeos de víctimes. “L'espec-

tacle s'ha de deixar de banda”, afirma Peiró. Tampoc van donar informació d'on s'efectuaven les investigacions. “Per sorpresa nostra, alguns mitjans que van anar a remolc nostre, es van afanyar a difondre les adreces exactes d'on actuaven els Mossos, fins i tot amb el número de porta del replà”, critica la directora de *Nació Digital*.

Les presses, a més, juguen males passades. “Hi ha un principi bàsic: com més ràpid corres, més fàcil és que t'entrebanquis”, recorda Íñigo Sáenz de Ugarte, subdirector d'*Eldiario.es*. Saül Gordillo explica que

a Catalunya Ràdio no van donar massa informacions de fonts fiables perquè no estaven confirmades oficialment. “No obstant això, algunes

de les informacions citades de fonts no oficials tenien l'origen en altres mitjans respectables o fonts fiables que vàrem avaluar des de l'òptica professional”, reconeix.

“La realitat –afegeix Sáenz de Ugarte– és que a Barcelona es van produir errors potents que ens van arrossegar, ja que en un cas com aquest dones prioritat als mitjans de Barcelona: tenen millors fonts i coneixen la ciutat. Algunes informacions de *La Vanguardia*, *El Periódico* o TV3, per citar-ne alguns, resultaren no ser certes. Per exemple, la del terrorista atrinxerat en un restaurant”. Aquest periodista madrileny també assenyalà, però, a la ciutadania: “No pots exigir al mateix temps informació immediata i que s'ofereixi sense errors”.

“Era difícil actuar amb contenció i prudència perquè els responsables de facilitar la informació oficial estaven també sota l'impacte del moment i no contestaven els grans dubtes que es multiplicaven. Amb tot, ens vam estimar més anar lentament i darrere dels que especulaven que no podíem equivocar-nos en dades i informació molt sensibles”, afirma Sanchís. Tot i això, tal com escriuria Mònica Planas l'endemà a l'*ARA*, “en situació d'urgència informa-

## CRONOLOGIA FRENÈTICA

Resum dels fets que, des del punt de vista de l'actuació dels mitjans de comunicació, van començar a tenir lloc la tarda de l'atemptat i l'endemà.

### 17 d'agost

**17:10h** - Alguns mitjans de comunicació publiquen al seu web i a les seves alertes mòbils la notícia d'un atropellament massiu a La Rambla. Sense gaire més informació. Els Mossos d'Esquadra també informen des del seu compte de Twitter.

**17:25h** - Diferents mitjans converteixen la notícia en un directe.

**17:45h** - Primeres especulacions: alguns mitjans parlen de tiroteig a La Boqueria, d'altres a El Corte Inglés. Els Mossos han de desmentir-ho tot via Twitter.

**18:25h** - El Col·legi de Periodistes recorda via xarxes i web les recomanacions per cobrir actes terroristes elaborades amb el CAC.

**18:40h** - La notícia del suposat atrinxerament d'un terrorista al Luna d'Istanbul corre pels comptes de les xarxes socials dels principals mitjans.

**18:50h** - Alguns mitjans informen en els seus directes i via Twitter dels operatius policials, en contra de la petició expressa dels Mossos d'Esquadra.

**19:30h** - Amb el pas de les hores són cada cop més els usuaris de xarxes socials que critiquen els mitjans que publiquen imatges dels ferits i morts.

**19:55h** - Els mitjans publiquen la fotografia de Driss El Ouakbir, qui resultaria ser germà d'un dels terroristes i que es va assabentar que era sospitós, precisament, en veure la seva cara a la televisió.

**20:10h** - A mesura que els Mossos desallotgen la Rambla i la plaça Catalunya, les televisions, ràdios i diaris s'omplen amb declaracions de testimonis.

**21:20h** - Confusió als mitjans envers el cadàver trobat en un cotxe a Sant Just. En un principi, s'informa que és un dels terroristes.

**21:40h** - A l'espera de més informació i rodes de premsa, els mitjans se centren a recopilar els missatges de solidaritat en relació amb l'atemptat i la creació d'altres peces secundàries i de context.

### 18 d'agost

**0:05h** - Primeres crítiques en saber-se que a les portades d'alguns diaris del'endemà apareixen imatges de víctimes i ferits.

**00:35h** - Acaba l'especial de més de set hores de TV3, amb lloances a les xarxes per al presentador, Toni Cruanyes, i per a la resta de l'equip de la televisió pública.

**1:45h** - Els mitjans tornen al directe després d'una última hora a Cambrils. S'han sentit trets i els Mossos alerten que podria ser un altre acte terrorista.

**1:58h** - En un article de Jon Lee Anderson al *The New Yorker* es contraposa el discurs integrador de Carles Puigdemont, després de l'atemptat, amb el de Donald Trump arran dels incidents racistes de Charlottesville.

**2:30h** - Els Mossos insisteixen des de les xarxes que cal "seguir fonts oficials".

**7:00h** - Els mitjans recopilen informació sobre els fets a Cambrils i la tarda anterior a Barcelona.

**11:00h** - Durant el matí, alguns mitjans se centren en les històries personals d'algunes víctimes ja identificades. D'altres, busquen reaccions i anàlisis polítiques.

**12:00h** - Coincidint amb el minut de silenci a la plaça Catalunya, el Col·legi de Periodistes elogia la feina d'alguns mitjans recordant que "hi ha línies vermelles".

**12:00h** - Durant la retransmissió en directe del minut de silenci a Plaça Catalunya, TVE quasi no mostra Carles Puigdemont ni Ada Colau, i se centra en el Rei, Mariano Rajoy i Soraya Sáenz de Santamaría. Reacció de diferents tuitaires, que ho critiquen.

**13:59h** - La Direcció General d'Atenció a la Infància i l'Adolescència (DGAIA) anuncia una demanda de protecció del dret a la intimitat i a la pròpia imatge davant de la Fiscalia de Menors arran de la difusió d'imatges de víctimes menors d'edat dels atemptats.

**19:30h** - Durant la tarda els mitjans comencen a publicar columnes i anàlisis sobre els atemptats. Alguns d'aquests, sobretot els provinents de Madrid, encenen les xarxes al relacionar l'atemptat amb el Procés.

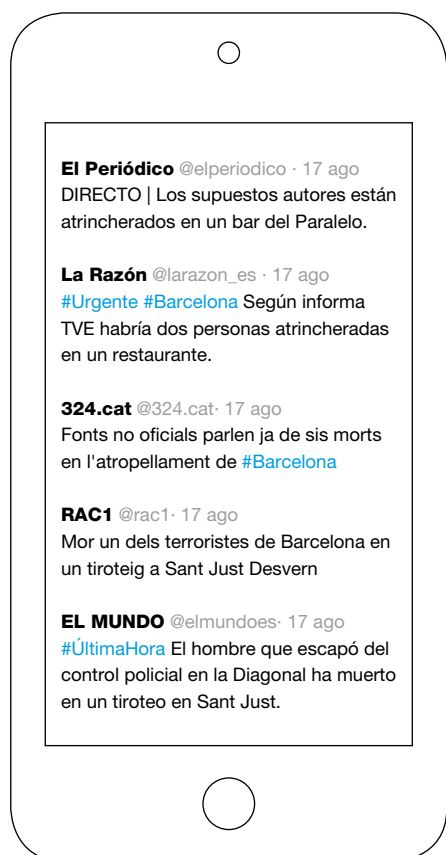


tiva, el zàping porta a la confusió sobre els fets; les dades són contradictòries d'una cadena a l'altra, fins i tot en la descripció dels esdeveniments principals”.

Un altre problema eren les carències d'alguns periodistes. “Vaig veure moltes cobertures en directe de reporters que no tenien ni idea ni de l'Estat Islàmic ni del que estaven cobrint”, assegura l'andalusa Ana I. Bernal Triviño, periodista i professora d'Eines i Periodisme Digital de la UOC.

## XARXES I MÒBILS

“De cop i volta, es donaren una gran quantitat de missatges a través de xarxes, del WhatsApp, amb mails... A falta d'informació oficial, es va començar a nodrir la societat d'un seguit de missatges, molts falsos, no amb la voluntat de mal informar



Alguns tuits amb errors que van penjar els mitjans la mateixa tarda de l'atemptat.

## AUTOCRÍTICA NECESSÀRIA

El Col·legi, el CIC i el CAC analitzen la cobertura dels fets

El 31 d'agost, el Col·legi de Periodistes va impulsar una primera trobada amb el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) per realitzar un primer exercici d'autocrítica sobre la cobertura dels atemptats. La reunió, que va tenir lloc a la seu del CAC, va permetre conèixer què està fent cadascú.

Poc després dels atemptats, el Col·legi i el CAC ja van recordar les recomanacions sobre com cobrir atemptats terroristes. A més, l'endemà, el CAC va informar que analitzaria d'ofici l'emissió d'imatges de menors víctimes i va advertir que, un cop realitzat l'informe, actuaria “en cas de detectar incompliments de la normativa”. Una setmana després, el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) –que vetlla pels principis ètics del periodisme– va anunciar que encarregaria un estudi sobre la informació publicada i “analitzarà la cobertura informativa feta pels mitjans catalans i es valorarà en relació amb el compliment del Codi deontològic”.

En el comunicat, el CIC –que setmanes després dels atemptats encara rebia queixes pel tractament informatiu– destacava que la cobertura d'alguns mitjans havia “ferit la sensibilitat de nombroses persones”. L'escrit també recordava que, en aquest context, “els mitjans han de proporcionar l'assossec que sigui possible dins de la gravetat de la situació viscuda, i la sensibilitat i el respecte envers les víctimes que s'espera d'ells en una societat democràtica, en el text i en la imatge. La millor manera de respondre a la brutalitat és amb respecte a la dignitat humana”.

A l'hora de tancar l'edició d'aquesta revista, encara no es tenien notícies de l'informe del CAC ni de l'estudi del CIC. El Col·legi, d'altra banda, prepara una sèrie d'actes per fer autocrítica de tot plegat.

sinó de voler anar massa ràpid”, explica Basté. “Paradoxalment, com més canals de difusió de la informació tenim (xarxes socials) més adobat està el terreny per a la distorsió, la intoxicació i la desinformació”, argumenta Marc Colomer.

Durant aquelles hores, la tecnologia va generar situacions contradictòries. “Els mitjans parlaven d'un mort, mentre que

filtrava. “Els van emetre o penjar al web sense una reflexió ni una edició prèvia. És increïble”, afirma.

Un altre aspecte relacionat amb la tecnologia és l'hàbit del pescaclics dels mitjans digitals, que a alguns els van jugar males passades. “Un titular pescaclics per a una informació d'un atemptat és banalitzador. I un símptoma de feblesa: significa que no

tens gairebé res de distintiu o amb valor afegit per captar l'atenció de la conversa”, afirma Àlex Gutiérrez. “S'ha de plantejar una anàlisi

## TRÀNSIT NO DONAVA INFORMACIÓ DELS CONTROLS POLICIALS, PERÒ AL GOOGLE MAPS APAREIXIEN LES RETENCIONS AMB COLOR VERMELL

als vídeos que corrien es veien diferents cossos sense vida”, recorda Gervasio Sánchez, que critica que els vídeos que arribaven als mitjans no passessin cap

seriosa del que ha passat, ja que molts mitjans van buscar més la rendibilitat del clic que la qualitat de la informació. Ha estat vergonyós”, afegeix Gervasio Sánchez.

En canvi, Vicent Partal creu que “a alguns mitjans l'hàbit del pescaclics els va jugar males passades, tanmateix, he de reconèixer que es va tractar de capçaleres molt concretes. En el cas particular dels mitjans digitals, vaig veure una millora pel que fa a la qualitat i al respecte a les regles, bastant important en comparació amb el que passava fa un any. Algunes capçaleres que encara tenen una gran obsessió pel clic van cometre alguns errors importants, però”.

## ELOGIS ALS MOSSOS

Dins de tot el garbuix d'informacions, sovint contradictòries, el Twitter dels Mossos ràpidament es va convertir en la referència informativa. Tothom el seguia i les lloances cap a la seva feina serien unànimes. Així, aquest cop les felicitacions per la feina feta no van ser per a un mitjà informatiu, sinó per a un gabinet de comunicació. “En països on la policia té una llarga tradició democràtica i cap sospita d'instrumentalització política —explica Vicent Partal, director de VilaWeb i president de l'European Journalism Center— és la norma que cap mitjà no especuli de manera frívola amb fets que estan tenint

## "SI ARA UTILITZES IMATGES DURES PAGUES UN PREU EN REPUTACIÓ A LES XARXES SOCIALS"

Íñigo Sáenz de Ugarte, *Eldiario.es*

lloc en directe i sempre es refereix a les fonts oficials per confirmar la informació. M'alegra molt veure que al nostre país comencem a entrar en aquesta via”.

Des del primer tuit dels Mossos a les 17.10h, en què s'informava d'un atropellament massiu a les Rambles, l'equip dirigit per la periodista Patricia Plaja va anar publicant tuits en català, castellà i anglès. En diversos idiomes, com en els atemptats de Londres, París i Brussel·les. Plaja —que aquell dia va començar a treballar amb el bikini dins els shorts, ja que la notícia la va agafar de vacances a la platja— recorda que més d'un centenar de mitjans els van

fer peticions. “A partir d'aquí, ja no vam registrar-ho, així que no podem parlar de xifres exactes”, reconeix. Les seves piulades, per contra, es barrejaven amb falsedats. “No podíem desmentir-ho tot, ara bé, sí que ho podíem fer amb aquelles informacions que posaven en risc un operatiu o creaven una alarma, com el suposat terrorista que s'havia atrinxerat en un restaurant”, explica Plaja.

Des del Col·legi de Periodistes, es va parlar amb els Mossos per veure com podien ajudar-los i els van demanar que

## "ELS MITJANS PARLAVEN D'UN MORT MENTRE CORRIEN VÍDEOS AMB DIFERENTS COSSOS SENSE VIDA A LA RAMBLA"

Gervasio Sánchez, fotògraf

se'n difonguessin les recomanacions, i així es va fer. Hi havia, en canvi, mitjans que entorpien la tasca policial. “És molt important no donar informació concreta dels dispositius. Així ens ho demanaven els Mossos que estaven ‘sobre el terreny’”, afirma Plaja. En el cas dels controls de carretera, no es volia dir on estaven, així que el Servei Català de Trànsit no donava informació, tot i així, el Google Maps marcava amb vermell les retencions i els ciutadans que s'hi

trobaven en feien fotos i les penjaven a les xarxes. “Crec que filem molt prim sobre el que es pot dir i el que no en aquestes circumstàncies. Per sort, no estem educats a situacions extremes com aquestes, en què aprens. No sé què faria si tornés a passar. Dir-ho o no. M'hi hauria de trobar”, reconeix Basté.

Després de la voràgine inicial, els Mossos farien arribar dues queixes a mitjans. Una informal a l'ABC per haver mostrat la cara —no pixelada— dels TEDAX i una de formal —“la gravetat era molt major”, remarca Plaja— a *El País* per publicar el nom i cognom d'un mossos que treballa en un àrea

delicada. “Això el posa en risc a ell i el seu entorn”, adverteix la cap de Premsa de la policia catalana.

## FOTOS POLÈMIQUES

Aquella tarda, poc després de l'atropellament massiu, la parella formada pel català David Armengou i l'argentina Marcela Miret, dos fotògrafs amateurs que signen amb el nom d'ell, arribaren a la Rambla, provinents d'un hotel proper i alertats per la cridòria. Tal com relataria Emilio Pérez de Rozas en un article (“La historia de la fotografía que dio la vuelta al mundo”) a *El Periódico*, la parella va començar, amb el cor encogit, a fer fotografies.

Armengou —orfebre de l'acer inoxidable— assegurava a l'article que van pensar força què fer amb les imatges fins que van oferir a *EFE* la més generalista de totes, una de la Marcela on va intentar plasmar la tragèdia “amb respecte, sense ferir, amb una imatge àmplia, oberta, un pla general, no detallista, ni morbós”.

A les redaccions, la fotografia va ser ben rebuda. Aquella imatge era, “entre totes les disponibles, la que reflectia més adequadament l'impacte de l'acció terrorista a la Rambla, molt poc després que es produís” assegura Pedro Madueño, fotògraf i redactor en cap adjunt al director de *La Vanguardia*. “Mostrava una freqüentada artèria ciutadana inusualment buida, amb els cossos d'algunes víctimes estesos a terra, i ciutadans i policies assistint-los. Era ajustada a la realitat descrita i, per tant, dura. Per això, per pal·liar-ne la cruesa, va ser reenquadrada excloent-ne dues víctimes menors d'edat, s'hi van pixelar alguns rostres i es va evitar que fos possible identificar els afectats per l'acció terrorista”, explica Madueño.

A l'ARA, també tenien la foto d'Armengou, però van apostar per una portada diferent. “Volíem un tractament com

menys lesiu i violent per a les víctimes millor. Vam calibrar que, des del moment que molta gent havia rebut fotografies al mòbil, fins i tot pitjors, volíem fer un esforç editorialitzant”, afirma Esther Vera, directora de l'ARA. Després de parlar-ho amb les subdirectores Catalina Serra i Georgina Ferri, cap a les set de la tarda, Vera va trucar a l'il·lustrador Jordi Duró, col·laborador del diari. “Li vaig transmetre la idea de no quedar-nos congelats per la por i el dolor i li vaig demanar una proposta de portada”, recorda. Cap a les nou Duró va enviar la proposta amb un gran titular (“Sense por”). “Entenc molt bé els diaris que van apostar per aquella fotografia, té un valor periodístic indiscutible”, admet Vera. Per això, l'ARA va posar-la a la pàgina 4, obrint la notícia.

“Molts catalans van informar-se amb la contenció emocional de tv3”, escriuria Mònica Planas –comparant-ho amb les imatges de Telecinco “molt més irrespectuoses amb les víctimes”–, si bé al matí següent, quan s'acostaren al quiosc i es van trobar amb la fotografia d'Armengou a la majoria de portades de diaris (molts no havien fet com *La Vanguardia* i sortien, també, els menors morts), les reaccions no es van fer esperar. Les xarxes bullien.

Alguns ajuntaments anunciaren que es donarien de baixa d'aquells diaris, es va

**“LA GENT NO ES QUEIXA QUAN LA FOTOGRAFIA ÉS DE L'IRAQ O DE SÍRIA, PERÒ SÍ QUAN ELS MORTS SÓN DE BARCELONA”** Ricard García Vilanova, fotògraf

viralitzar la imatge d'un Caprabo que es va negar a vendre els diaris amb aquelles portades “per respecte a les víctimes” i periodistes com Tian Riba (“Quina

vergonya”) o Cristina Puig (“El meu rebuig més absolut al sensacionalisme”), entre altres, mostraven indignació. Fins i tot la Direcció General d'Atenció a la Infància i l'Adolescència (DGAIA) va anunciar una

demanda davant de la Fiscalia de Menors arran de la difusió d'imatges de víctimes menors. Moltes d'aquestes són les aparegudes en aquelles portades.



Algunes de les portades de l'endemà de l'atemptat.

“En aquest aspecte tota prudència és poca, i crec que el que s'ha de fer és elogiar els mitjans que han mostrat una major contenció, ja sigui perquè s'han abstingut d'oferir aquestes imatges o perquè, almenys, les han pixelades”, assegura Salvador Alsius, expert en ètica periodística. “Algunes portades –afegeix Àlex Gutiérrez– van tenir poc encert i van ser executades amb nul·la sensibilitat, en contra del que reclamava aleshores el públic a un diari, que no és el que reclama a les xarxes”.



## TÒPICS I IGNORÀNCIA

### Llacunes informatives sobre el fenomen gihadista

El fenomen del terrorisme gihadista no sempre s'informa correctament. Eduardo Martín de Pozuelo, periodista expert en gihadisme i autor, amb Jordi Bordas, de *Califato universal* (Libros de Vanguardia, 2015), creu que, en general, la cobertura dels atemptats de Barcelona i Cambrils ha estat “molt bona i correcta”, si bé pel que fa al coneixement d'aquest fenomen per part dels periodistes “se'l percep molt generalitzat de claus i circumstàncies molt de base sobre el gihadisme, de la doctrina de l'Estat Islàmic o d'Al-Qaida que a aquestes alçades de la història haurien de ser conegudes per tot periodista que abordi aquestes temàtiques”.

“I pitjor encara, –prosegueix– la ignorància arriba fins als seus caps perquè els delaten els titulars”. “Encara hi ha, però, qui parla de ‘llops solitaris’ o se sorprèn que els terroristes hagin estudiat en escoles occidentals, o que la Sagrada Família pugui ser un objectiu...”, detalla Pozuelo. “Només s'han de seguir amb una mica de constància les publicacions gihadistes per conèixer-ne els objectius i motivacions. La confusió informativa s'agreuja quan es tracta de les televisions, on el nivell baixa més encara i on es diuen i s'escolten incongruències, fruit de la ignorància i potser de la incultura. Potser es deu al fet que es conformen amb entrevistar uns minuts un autèntic expert per, a continuació, prosseguir amb els tertulians de plantilla que serveixen per parlar des del problema de les pensions fins a la política xinesa respecte a Corea del Nord sense solució de continuïtat”, critica.

En aquest sentit, el fotògraf Ricard García Vilanova, que passa llargues temporades a països com Síria o l'Iraq, afegeix que “els mitjans de comunicació occidentals s'han equivocat fent d'altaveus de les accions d'aquesta gent en publicar i parlar, per exemple, dels seus vídeos. I, d'altra banda, hi ha molta gent que a casa nostra parla d'aquests temes, però que no té ni idea de què està passant a Racca o a Mossul, per exemple”.

També, Sáenz de Ugarte, partidari “de donar imatges terribles si cobreixes situacions terribles”, assegura que “si vols utilitzar algunes imatges dures, pagaràs un preu en reputació, en especial a les xarxes socials”. En aquest sentit, incideix Alsius: “Ara hi ha un nou mecanisme d'autoregulació que comença a fer efecte: la sanció social dels usuaris a través de les xarxes socials”.

“Aquella mateixa fotografia va ser publicada, en portada o en pàgines interiors, pels principals diaris espanyols i anglosaxons, la qual cosa ens fa pensar que no ens vam equivocar al destacar-la”, es defensa Madueño. Entre els fotògrafs, hi ha força partidaris de la publicació. “Com que als morts no se'ls veu la cara, s'ha de publicar,

perquè explica el que està passant i no és irrespectuosa amb les víctimes”, argumenta Ricard García Vilanova, fotògraf de

## "HI HA MOLT SILENCI I CORPORATIVISME DAVANT COMPANYYS QUE LLANCEN MISSATGES D'ODI"

Ana I. Bernal Triviño, UOC

guerra. “Em sembla un debat gratuït haver de discutir si és insultant publicar una fotografia de cadàvers als quals no se'ls veu el rostre. Els autors de la fotografia han estat més curosos que ningú”, apunta Gervasio Sánchez, que ha cobert nombrosos conflictes. “En aquest tema –afegeix García Vilanova– no m'agrada la doble moral. La gent no es queixa quan una fotografia

similar és de l'Iraq o de Síria, però sí quan els morts són de Barcelona”.

Dies després, el periodista Andreu Farràs va penjar al seu bloc *Païos* un apunt amb el titular “Fotos amb nens que alguns no haguessin publicat mai per ‘sensacionalistes’”, en què mostrava imatges com la de Nick Ut amb nens fugint de bombardejos amb napalm a la guerra de Vietnam o la recent del cadàver d'Aylan Kurdi en una platja turca. Així també Gervasio Sánchez recorda que “sense fotografies de cadàvers de Ruanda, Sarajevo, Afganistan o Iraq, aquests conflictes estarien més oblidats del que ja són”. “Crec que el debat –conclou– en realitat té a veure més amb el cabreig amb els mitjans pel debat sobre el Procés”.

## BARREJAR AMB EL PROCÉS

El Procés. El quid de la qüestió. En un context enverinat per l'enfrontament editorial dels mitjans entorn al procés sobiranista, es feia molt difícil no acabar barrejant les coses. Des de sectors independentistes de la premsa es va considerar vergonyós relacionar l'atemptat amb el Procés i atacaren amb força peces com l'article (“Fin de la frivolidad”) de Lluís Bassets –que ha declinat participar en aquest reportatge– o la vinyeta de Peridis.

Des de l'altra banda, veuen les crítiques rebudes per aspectes deontològics com una excusa per carregar contra ells per la línia editorial contrària al Procés. Així ho han admès a CAPÇALERA, per exemple, responsables d'*El Periódico* que, tot i això, també han optat per no participar en aquest reportatge. Des d'ambdós bàndols es veu, doncs, com una batalla ideològica amb l'atemptat com a excusa.

A molts periodistes tot plegat no els sorprèn. “M'ho esperava. Em confirma la falta d'escrúpols d'aquells que ho donen tot per bo per evitar el que no els agrada.

Cap novetat”, afirma Vicent Sanchís. També apunta Àlex Gutiérrez: “No em va sorprendre perquè els mitjans de Madrid, que paradoxalment sempre clamen que a Catalunya tot és Procés, són els que precisament barregen el Procés amb qualsevol notícia negativa. I, al capdavant, ja hi ha algun diari que havia demostrat el seu desvergonyiment amb l’11-M alimentant teories delirants amb vora 200 morts sobre la taula”. “Suposo que era inevitable. Ara és molt complicat centrar la informació, perquè alguns et tiben o per un cantó o per l’altre”, afegeix Basté.

D’altres, però, no s’ho esperaven. “Em va sorprendre que mantinguessin la guerra política l’endemà de l’atemptat. Parlem de

## PERIODISTES FAVORABLES I CRÍTIQS AMB EL PROCÉS HO VEUEN COM UNA BATALLA IDEOLÒGICA AMB L’ATEMPTAT COM A EXCUSA

diaris de suposat prestigi com *El País* o *El Mundo*. Em va saber molt greu la vinyeta de Peridis. Pensava que eren mitjans professionals”, afirma Gemma Aguilera, redactora en cap d’*El Món*, on han pogut comprovar l’interès que ha despertat aquest tema, ja que la notícia que ressenyaven els editorials de diaris espanyols en comparació amb rotatius internacionals és la més llegida des de la creació d’aquest mitjà, el 2015.

Fins i tot Òmnium Cultural denunciava en un vídeo la guerra bruta d’alguns mitjans espanyols amb notícies falses, com quan es va dir que el mosso que va matar els quatre terroristes de Cambrils era legionari o que Younes Abouyaqoub havia estat voluntari en el referèndum.

“No em puc estar de dir, a títol estrictament personal, que les principals transgressions ètiques, molt més que les de la cobertura mateixa, han vingut per interpretacions polítiques esbiaixades que se n’han fet, ja des d’una hora després de l’atropellament de la Rambla. Han quedat

a la memòria d’una majoria àmplia dels periodistes catalans una sèrie de peces d’opinió que mai no haurien d’haver estat escrites”, afirma Alsius.

## VALORACIONS DIVERSES

Malgrat el que s’ha exposat fins ara, els que informaren de l’atemptat valoren positivament la cobertura que se’n va fer, mentre que els que opinen des de fora són més crítics. “Tots els mitjans van saber estar a l’alçada de les circumstàncies en uns dies en què només compten amb una part molt reduïda dels efectius”, assegura Sanchís. “En general, els mitjans han reaccionat molt bé. L’únic és que al final, com sempre, ho hem polititzat tot massa. Els dies després dels atemptats els mitjans hem parlat poc de la gent i massa dels polítics”, reflexiona Basté.

“La cobertura ha estat quantitativament excepcional. Qualitativament i ètica, qüestionable en alguns casos, tant per la duresa evitable dels materials gràfics difosos com l’excés d’especulacions en les primeres informacions i amb intents d’instrumentalització politicomediàtica reprovable. Capítol a part pel comportament ofensiu de *reality* davant la tragèdia”, apunta Marc Colomer.

Per la seva part, Àlex Gutiérrez defineix la cobertura com a “irregular”. “Al costat del bon periodisme de molts professionals i mitjans, hi han crescut les males herbes

## "HAN QUEDAT A LA MEMÒRIA UNA SÈRIE DE PECES D'OPINIÓ QUE MAI NO HAURIEN D'HAVER ESTAT ESCRITES" Salvador Alsius

habituals: espectacularització d’un atemptat, islamofòbia, exclusives bastardes, desorientació informativa per la pressió de les xarxes, anàlisi i acudits vergonyosos que només buscaven vincular amb calçador el

Procés a l’atac, portades morboses... No deixa de ser una mostra més de l’obsolescència d’alguns mitjans, més interessats (o més obligats per les circumstàncies financeres) a fer política que periodisme”, apunta. “Crec que, des de l’any passat, des de la falsificació de la mort de la Muriel Casals, passant per l’elecció de Trump i el debat de la postveritat, s’han frenat de manera ostensible algunes pràctiques molt lamentables per a la professió. Així, i amb les excepcions que cal considerar, el seguiment dels atemptats ha estat més raonable del que segurament no ho hauria estat fa dos anys”, matisa Partal.

En canvi, Gervasio Sánchez creu que la informació de les hores següents a l’atemptat va ser “bastant frustrant i depriment”, mentre que Ana I. Bernal Triviño destaca que “ha estat la cobertura del caos principalment, perquè molts mitjans o periodistes-tertulians han aprofitat l’ocasió per fer política, fomentar enfrontaments i difondre un missatge d’odi”. Per això, critica que “hi ha molt silenci i corporativisme” davant d’aquests tipus de missatges.

## MÉS SEPARATS

A final de 2012, CAPÇALERA publicava un article (“Més allunyats que mai”) sobre el paper dels mitjans en el procés sobiranista i en el qual van participar una vintena de reconeguts periodistes. Una de les principals conclusions era que els mitjans editats a Madrid i a Catalunya s’havien distanciat encara més. Després de la cobertura de l’atemptat, la bretxa s’ha eixamplat de nou?

“Sense dubte. I es farà més i més gran a mesura que el procés sobiranista a Catalunya avanci”, afirma

Sanchís. “No sé si més gran, però sí més patent —afegeix Ana I. Bernal Triviño—, el que també ha estat assenyalat per altres companys, i hi ha ciutadans que se n’han adonat. Era clar l’ús de la manipulació

## COM HO DIEM?

L'ús del llenguatge genera polèmiques i confusions.

### Pell fosca?

La correcció política va sorprendre els Mossos quan, pocs dies després de l'atemptat, un tuit de la policia catalana on es descrivia Younes Abouyaaqoub –llavors en crida i cerca– com una persona de “complexió física normal, aproximadament 1,80 cm, pell fosca, cabell curt, podria portar barba” va rebre una resposta de la Fundació Internacional de Drets Humans, des d'on se'ls “exhortava a no utilitzar mai l'expressió pell fosca, ni altres sinònims”.

### Abatut?

Algunes paraules poden confondre. Eduardo Martín de Pozuelo, expert en gihadisme, adverteix, per exemple, sobre l'ús del verb abatre. “Per què s'aplica el verb abatre en substitució de matar fins a l'avorriment? A mi tant “abatre” em té “abatut”, perquè s'ha donat el cas de llegir una notícia sobre uns trets de la policia francesa i haver d'acudir a diferents mitjans per saber si el terrorista havia caigut (abatut) mort o ferit”, explica. Arran dels atemptats de Barcelona i Cambrils aquesta paraula ha estat, de nou, força utilitzada.

### Milicians?

“Si considerem l'Estat Islàmic com a terroristes, perquè un titular del *Huffington Post* diu que un atac de Rússia se salda amb més de 200 milicians d'Estat Islàmic ‘morts?’”, es pregunta Ana I. Bernal Triviño, professora d'Eines i Periodisme Digital a la UOC. “Perquè això que s'anomenen *milicians* formen part d'un grup terrorista”, adverteix.

amb editorials malintencionats. Necessitaven una excusa i sense pudor alguns s'hi han entregat”.

“No crec que sigui tant entre els mitjans editats a Barcelona i Madrid –matisa Partal– com entre mitjans partidaris de la unitat d'Espanya o de la independència de Catalunya. I és evident que ha crescut encara més, sí”. En el mateix sentit apunta Àlex Gutiérrez: “Els mitjans de Barcelona i Madrid fa temps que expliquen relats diferents, fins i tot en el cas de diaris catalans de perfil clarament unionista. Podran coincidir en la negativa a deixar que el poble català s'expressi en les urnes, o en les seves fidelitats (o dependències) amb el govern central, encara que ho fan des de marcs

**"ÉS EVIDENT QUE HA CRESCUT LA BRETXA ENTRE MITJANS PARTIDARIS DE LA UNITAT D'ESpanyA O DE LA INDEPENDÈNCIA"** Vicent Partal, *VilaWeb*

mentals inequívocament diferents”. En canvi, Basté, creu que estem “en el mateix punt, com la societat, esperant que passi alguna cosa després de l'1 d'octubre”.

I fins a l'1 d'octubre, o més enllà, sembla que arribaran les rèpliques mediàtiques de l'atemptat. Si en un moment donat va ser la roda de premsa en què un periodista holandès va marxar perquè es parlava en català o després per la polèmica per la presència d'estelades a la manifestació –i com

**"SI TORNÉS A HAVER-HI UN ATEMPTAT, SOBRETOT AL COSTAT DE CASA, HAURIA D'APRENDRE A COMPTAR FINS A DEU"** Jordi Basté, *RAC1*

aquestes van desaparèixer a la fotografia publicada per *La Razón*–, amb el pas dels dies la més gran de les rèpliques va sorgir arran de la publicació per part d'*El Periódico* d'un suposat document de la CIA que, mesos enrere, hauria enviat als Mossos i en el qual ja s'advertia d'un atemptat a la Rambla a l'estiu.

Aquell document va encendre els ànims dels dos bàndols de nou. Els mitjans de l'entorn sobiranista carregaren contra el que creuen que és una burda manipulació que busca desprestigiar els Mossos i el Govern, mentre que els contraris al Procés donen per bo el document i l'utilitzen per carregar contra la policia catalana i l'executiu. De sobte, tal com va passar amb l'11-M, la lluita política va passar per davant de les víctimes.

## LLIÇONS APRESES

Per tot això, i per moltes coses més que han passat des del dia de l'atemptat, des del Col·legi de Periodistes es volen organitzar una sèrie d'actes per fer-ne

autocrítica. Així, des dels Mossos d'Esquadra, Patricia Plaja creu que cal “trobar un moment per asseure'ns tots plegats i fer un intercanvi

d'opinions. És una necessitat des dels Mossos amb els periodistes que cobreixen aquest tipus de situacions”.

Però quines lliçons han après els periodistes de la cobertura d'aquells fets? Les respostes són diverses. “Si tornés a haver-hi un atemptat, sobretot si passa al costat de casa, hauria d'aprendre a comptar fins a deu, i basar-me només en les fonts oficials i en les nostres contrastades”, reconeix Basté. “Més que lliçons, –apunta Karma

Peiró– els atemptats serviran (o haurien de servir) per reflexionar més sobre la professió. Sobre la manera d'informar, sobre la celeritat a

l'hora de difondre una informació encara no confirmada per les fonts oficials, sobre els rumors que s'han magnificat a través de les xarxes, i sobre els límits que cada mitjà decideix o no superar en moments tan sensibles i delicats”. En aquesta línia, Gemma Aguilera conclou que una de les lliçons més importants que ha après “és





Centenars de ciutadans conflueixen en un dels punts de la Rambla on es recordava a les víctimes. Foto Francesc Melcion (ARA)

que tenir la confirmació de fonts oficials és molt més important que tirar la notícia abans que ningú. És millor esperar que arriscar-te a cagar-la. Perquè un cop la

## "CAL TROBAR UN MOMENT PER ASSEURE'NS TOTS PLEGATS I FER UN INTERCANVI D'OPINIONS"

Patricia Plaja, Gabinet de premsa dels Mossos d'Esquadra

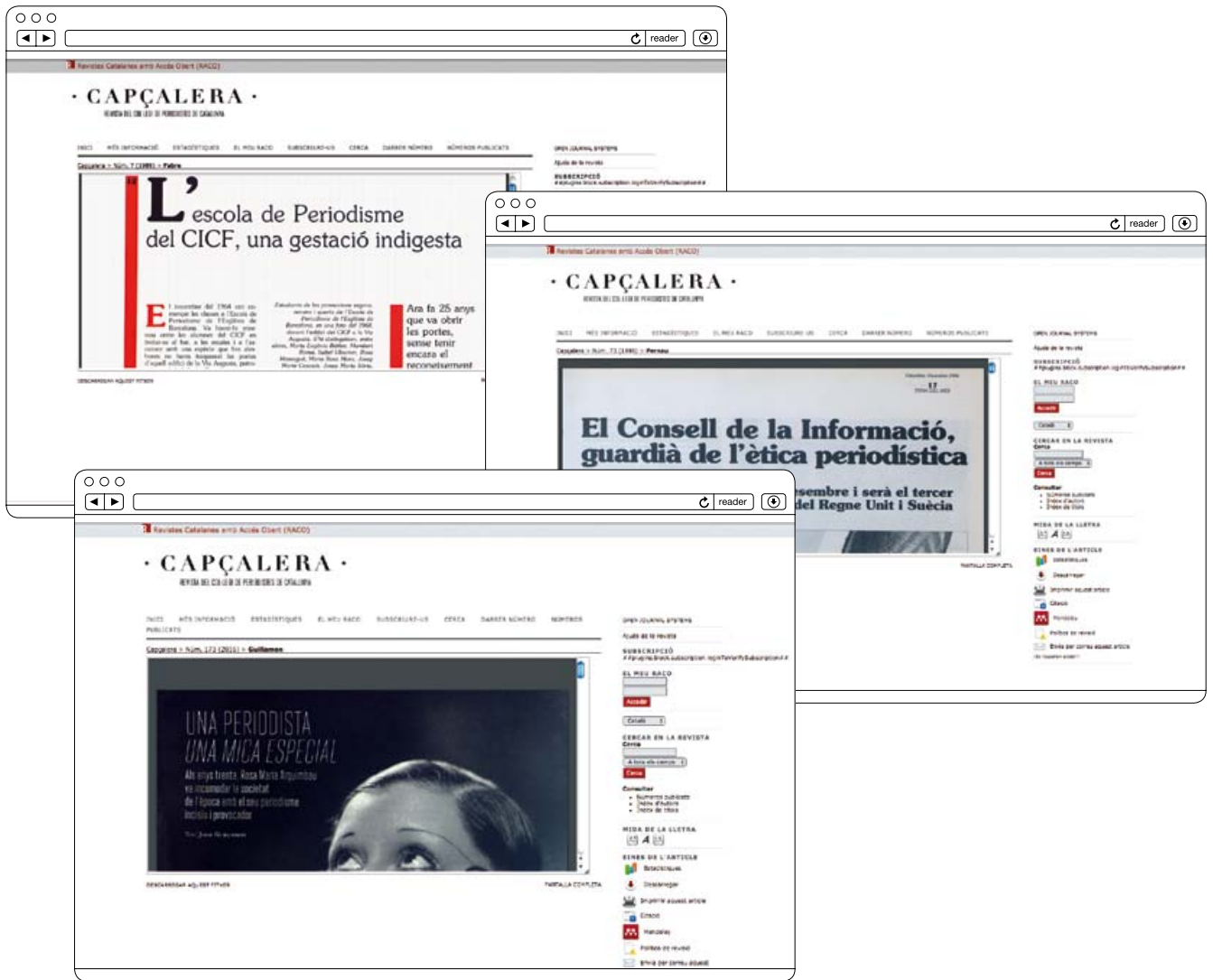
cagues, llavors és molt difícil tirar enrere". També, Íñigo Sáenz de Ugarte, des d'*Eldiario.es*, creu que "un pot fer una cobertura bona en termes generals que se'n va en orris per errors evitables. S'ha de frenar la màquina perquè no vagi escopint titulars".

Per a Vicent Sanchís, una de les lliçons més interessants que ha extret d'aquests dies és "el grau de responsabilitat que ha de tenir la gent, no només els periodistes, en una època en què tothom pot facilitar o difondre informació". Un aspecte que també destaca Salvador Alsius, mentre que Saül Gordillo

creu que cal reflexionar sobre com "ser útils i necessaris en temps real sense perdre el rigor que se'ns demanava quan no existia ni Internet ni les xarxes".

"Dono per fet —assegura, força escèptic, Àlex Gutiérrez— que algunes de les

anomalies que hem vist s'han perpetrat amb perfecte coneixement de causa i, per tant, dubto que els autors reflexionin a pilota passada. Més aviat els coneixerem pels seus silencis. Ara bé, probablement, no van calibrar adequadament que les xarxes els generarien una severa crisi d'imatge". Finalment, Ana I. Bernal, conclou que "s'ha produït una pèrdua de referents bàsics, de no respondre al perquè ni al com, de basar-se més en la sensibleria (que no sensibilitat), oferir notícies sense contrastar, publicar fotografies que no es devien publicar, saltar precintes policials, barrejar conceptes bàsics com *musulmà* o *islamista*, i barrejar dolor i política. Tot això és la desinformació. I és el pitjor que podem fer a la nostra professió". Ç



# LA MEMÒRIA DE LA PROFESSIÓ

La digitalització de CAPÇALERA permet a tothom consultar gratuïtament qualsevol dels números publicats en quasi tres dècades

TEXT EUDALD COLL

Des del passat mes de juny, ja es pot consultar CAPÇALERA gràcies a la digitalització i a la incorporació de la revista a RACO, un repositori col·lectiu de consulta oberta. A partir d'ara, qualsevol persona pot buscar qualsevol informació apareguda a la revista en els vint-i-vuit anys d'existència que acumula.

Això implica que, des de fa pocs mesos, es pot accedir a 2.768 peces periodístiques i a més de 18.000 imatges o pàgines escanejades, unes xifres que aniran augmentant a mesura que es vagin digitalitzant les següents edicions de la revista. I tot això ha estat possible gràcies al patrocini de la Càtedra Internacional Universitat Rovira i Virgili-Repsol d'Excel·lència en Comunicació.

L'accés a RACO —gratuït i obert a tothom— es pot realitzar fàcilment des del web del Col·legi, concretament anant a la pestanya de CAPÇALERA. Allà està perfectament indicat i amb un sol clic es pot accedir a tot el contingut publicat a la revista amb la mateixa maquetació original, però en format digital. La recuperació dels diferents articles d'aquestes quasi tres dècades es pot fer cercant en camps específics (autor, títol...) o bé fent cerques generals de manera senzilla.

A part d'això, els motors de cerca fan la seva feina amb les metadades dels ítems que prèviament han estat incorporats al repositori, el que implica que qualsevol persona que faci una cerca a Google, posem per cas, pot anar a parar al contingut de CAPÇALERA descrit a RACO. Aquest fet, per tant, assegura un major nombre de visites.

**Nascuda el 1989, la revista CAPÇALERA, editada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, ja fa quasi tres dècades que informa, ininterrompudament, sobre l'estat del periodisme. Des del passat mes de juny, ja es poden consultar al repositori RACO, en obert, els milers d'articles publicats a les seves pàgines. La digitalització de tot aquest material, uns quants mesos de feina, permet accedir a un contingut que, vist amb perspectiva, testimonia els nombrosos canvis soferts en la professió.**

## IMPULS ELECTRÒNIC

RACO (Revistes Catalanes amb Accés Obert) és un projecte del Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya i de la Biblioteca de Catalunya i compta amb el suport de la Generalitat de Catalunya. Des d'aquest repositori cooperatiu es poden consultar, en accés obert, els articles a text complet de revistes científiques, culturals i erudites catalanes. Els objectius del repositori són impulsar l'edició electrònica de revistes catalanes, convertir-se en la interfície que permeti la consulta conjunta de totes les revistes i facilitar-ne

projecte de digitalització de CAPÇALERA ja va ser aprovat per la Junta de Govern, el 2012, dintre del procés de digitalització del fons històric i editorial del Col·legi. “Anteriorment, a CAPÇALERA, s'havia digitalitzat *Annals del Periodisme Català* i *l'Hoja del Lunes*”, explica Teixeiro.

La digitalització i posada en línia de CAPÇALERA representa, doncs, el punt i seguit al projecte de digitalització de les publicacions pròpies, tant del Col·legi de Periodistes de Catalunya com de l'entitat predecessora, l'Associació de la Premsa de Barcelona, de la qual el Col·legi n'és hereva.

L'impuls a la digitalització d'aquest fons, que va tenir lloc

amb el degà Josep Maria Martí, ha passat per tres etapes. La d'*Annals del Periodisme Català* a RACO es va fer amb finançament del Col·legi. Després, va fer-se la de *l'Hoja del Lunes*, que va tenir lloc gràcies a la Biblioteca Virtual de la Premsa Històrica del Ministeri de Cultura. I, finalment, de

## AMB UN SOL CLIC, JA ES POT TENIR ACCÉS A 2.768 PECES PERIODÍSTIQUES I MÉS DE 18.000 IMATGES DE GAIREBÉ TRENTA ANYS

els instruments per a la preservació. Avui dia, compta amb 480 revistes i 200.000 articles.

Carme Teixeiro, responsable del Centre de Documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes, recorda que el



nou a RACO, s'ha realitzat la de CAPÇALERA gràcies al finançament de la Càtedra Repsol-Universitat Rovira Virgili, una gestió que es va portar a terme des de la demarcació de Tarragona. Perquè la digitalització del fons del Col·legi sigui completa del tot només falta realitzar la de l'arxiu històric administratiu i el fons editorial de l'entitat.

## MÉS ENLLÀ DELS ACADÈMICS

El passat 5 de juliol, el Col·legi de Periodistes va acollir l'acte "El periodisme vist a través de la digitalització de CAPÇALERA", en què es presentava oficialment la posada en línia de la revista i la incorporació a RACO. A més de parlar d'això, també es va reflexionar sobre l'evolució de l'ofici en els darrers 28 anys, període durant el qual han sortit fins a 175 números de la publicació.

## 73.000 VISITES D'ANNALS

La revista *Annals del Periodisme Català* –revista d'anàlisi i reflexió al voltant del periodisme de números monogràfics editada per l'Associació de Periodistes de Barcelona, l'Associació de la Premsa de Barcelona i, posteriorment, pel Col·legi de Periodistes de Catalunya– es pot consultar a RACO des de final de 2013. Una ullada a les consultes totals i anuals d'*Annals* mostra com en els darrers tres anys i mig hi ha hagut més de 73.000 visites, sobretot als darrers anys, ja que tant el 2015 (30.494) com el 2016 (25.344) aquestes han augmentat força. El web de RACO també permet saber els països des dels quals es fan aquestes visites, cosa que permet disposar de dades curioses, com el fet que *Annals* sigui més visitada des d'Irlanda (30% de les visites) que no pas des d'Espanya (27%).

## 28 ANYS, TRES DISSENYS

El primer número de CAPÇALERA va sortir l'abril de 1989. Des de llavors ha tingut tres directors (Jaume Fabre, Goretti Palau i Jordi Rovira) i tres dissenys. L'original va ser obra de Miquel Villagrasa i Àngel Merino, mentre que la capçalera era d'Enric Satué. Aquell disseny es va mantenir durant cent números fins que va canviar a un de més petit, coincidint amb la direcció de Palau. El segon disseny –obra de Marina Vilageliu i Montserrat Coma– va des del número 101 (any 2000) fins al 156, (any 2012), quan va tenir lloc el tercer disseny –encara vigent– obra de Laia Guarro. En aquestes quasi tres dècades la periodicitat també ha variat. A l'inici sortien onze números a l'any, després va passar a sis per, posteriorment, editar-se quatre números l'any. En l'actualitat, és quadrimestral, tot i que des del Col·legi no es renuncia a trobar el finançament que permeti recuperar el quart número.



A la presentació de l'acte, Núria de José, secretària de la Junta del Col·legi, va assegurar que "és evident que l'accés

seva empresa, que permeten "donar eines als col·legiats". D'altra banda, Miquel Puig, director general del Consorci de

## ES POT CONSULTAR GRATUÏTAMENT TOT EL CONTINGUT PUBLICAT AMB LA MATEIXA MAQUETACIÓ ORIGINAL, PERÒ EN FORMAT DIGITAL

des d'arreu del món a les publicacions especialitzades en periodisme són per als qui fan recerca una eina fonamental i ho són a l'hora de comprendre la història del nostre ofici, però també la història del nostre país". D'altra banda, Josep Bertran, coordinador de Comunicació als complexos industrials de Repsol, va recalcar que "aquest projecte és una eina de treball molt útil per a tothom" i que va en línia de les col·laboracions realitzades per la

Serveis Universitaris de Catalunya, va afirmar que RACO va molt més enllà, estrictament, del món acadèmic. "Estem molt contents que

una eina que va ser dissenyada per al món universitari sigui utilitzada per altres entitats", va afirmar.

## MIRALL DE LA PROFESSIÓ

Després dels parlaments inicials, Francesc Canosa, membre de la Junta del Col·legi, del Consell editorial de CAPÇALERA, que va exercir de moderador de l'acte, va iniciar el debat amb els diferents responsables



## ÉS IMPORTANT QUE CAPÇALERA ESTIGUI A RACO?

Estar a Internet no és el mateix que ser-hi. No fa gaires anys, el repte era estar-hi, i RACO va ajudar, i encara ajuda, que algunes revistes hi estiguessin. Amb tot, avui això és a l'abast de moltes persones i associacions. No n'hi ha prou amb estar-s'hi, a la Xarxa s'hi ha de ser. Ser, realment, a Internet significa que se't vegi i se't trobi amb facilitat, que se't localitzi quan es fa una cerca i que la informació estigui preparada per ser capturada per altres pàgines. Que CAPÇALERA sigui una de les quasi 500 revistes que hi ha a RACO vol dir que forma part d'un portal que, per la seva dimensió, atreu l'atenció dels cercadors (humans i informàtics). RACO es preocupa perquè els gairebé 200.000 articles que conté quedin "etiquetats" de manera que es trobin amb facilitat, malgrat la ingent quantitat d'informació que hi ha a la Xarxa, i facilita trobar-los per "casualitat" quan es fan cerques generals.

Ara CAPÇALERA serà a la Xarxa i hi serà sempre i tota. RACO vetlla per la preservació de la informació que inclou, ja que vol que les revistes d'avui siguin consultables demà i que els articles d'ahir surtin a la llum i siguin accessibles de manera fàcil i immediata. La digitalització retrospectiva que n'ha fet el Col·legi, incloent-la a RACO, ho garanteix.

### Lluís Anglada

Director de l'àrea de Ciència Oberta del Consorci de Serveis Universitaris de Catalunya (CSUC)

que ha tingut la revista —només hi va faltar l'exdirectora Goretti Palau, que va excusar l'absència— referint-se a CAPÇALERA, com una "autèntica màquina del temps si pensem que hem passat del mur de Berlín a Donald Trump o de la casset al núvol". "És una revista que supera el propi Col·legi i que va adreçada a la professió", va afegir.

En aquest sentit, Eugeni Madueño, impulsor de la revista, va assegurar que "des del començament, vam tenir clar que miràriem que no fos una revista corporativa, sinó un altaveu que recollís els

## LA DIGITALITZACIÓ DE LA REVISTA TANCA UN CICLE INICIAT AMB *ANNALS DEL PERIODISME CATALÀ* I *L'HOJA DEL LUNES*

problemes reals de la professió". Madueño també va referir-se a com en les quasi tres dècades de la revista, la professió ha anat empitjorant i ja no es donen moltes de les condicions laborals de llavors.

"La degradació ha sigut terrible", va afirmar Jaume Fabre —director entre 1989 i 2000—, qui va explicar que mai va rebre cap mena de pressió ni indicació per part

de la Junta. "És l'època que m'he divertit més en la meua vida", va admetre. També va recordar com a l'inici de la revista ja es feien servir ordinadors, mentre que en algunes redaccions de diaris encara no n'hi havia. O quan als números 50 i 100 van fer uns índex de la revista per temes i autors que es van encartar, una feina totalment manual. "Aquesta era la nostra digitalització", va dir tot bromejant.

Finalment, va parlar de com ha canviat la temàtica de la revista: "La diferència entre el CAPÇALERA del segle XX i el del

segle XXI és que, en el nostre temps, no hi havia els interrogants tremends, sinó que descrivíem una situació periodística normal. Ara la revista

parla constantment del canvi tan gran que s'està produint als mitjans". En aquest sentit, Jordi Rovira, l'actual director que va agafar les regnes de la publicació el 2004, va admetre que ara "hi ha un ventall molt més gran de temàtiques, senzillament perquè la professió és molt més complexa, més diferent, té moltes més sortides professionals i, en el fons, la revista només pot anar bé si és el mirall de la professió". Ç

# "ENS CREIEM MÉS IMPORTANTS DEL QUE SOM"

Recull d'articles i discursos de Carles Capdevila  
al voltant de la professió periodística

TEXT CARLES CAPDEVILA

**La mort de Carles Capdevila el passat 1 de juny a cinquanta-un anys d'edat va tocar de ple molta gent, sobretot els lectors que li agraïen la sinceritat i el seu discurs valent i vital. El 30 d'agost de 2015, ell mateix havia anunciat a la seva columna a l'ARA, diari que dirigia, que li havien diagnosticat un càncer colorectal. Durant els quasi dos anys de lluita contra la malaltia, Capdevila va seguir fent nombroses reflexions al voltant de diferents aspectes de la vida i, de tant en tant, del periodisme, una professió que l'apassionava, defensava i criticava quan calia. En aquestes pàgines recollim algunes d'aquestes reflexions.**

---

## SI NO VOLS QUE SE SÀPIGA, NO HO FACIS

(ARTICLE A L'ARA, 31 D'OCTUBRE DE 2015)

En un article excel·lent a *El País*, Ramon Besa denunciava ahir com el Barça ha anat allunyant els periodistes dels avions, dels hotels i dels entrenaments, fins a aconseguir que tot sigui informació oficial, que s'imposi la versió del club, que no hi hagi periodisme. Si això passa al futbol, imagineu en altres àmbits on hi ha molt més en joc. Els poders tenen al·lèrgia a la llibertat de premsa, i en alguns casos s'havien acostumat a tolerar aquesta molèstia de mala gana. Però ara que els poders econòmics constaten la debilitat dels mitjans per la crisi, s'estan descarant, ja no dissimulen, i aprofiten que ja hi ha més periodistes en gabinets de comunicació maquillant realitats que no als mitjans despallant-les.

Els poders estan obsessionats amb el relat. Decideixen d'una banda què fan i de l'altra què expliquen, el divorci entre la realitat i el discurs s'accentua.

Quan els periodistes denunciem això ens responeu que en part és culpa nostra, que

## "SI ELS PODERS ECONÒMICS IMPOSEN LES SEVES VERSIONS, SERAN CAPAÇOS DE TOT"

hauríem de fer alguna cosa per arreglar-ho. És cert, calen més Ramons Beses, més periodistes valents i honestos que es puguin permetre escriure el que pensen, però també calen mitjans independents, i per tant calen subscriptors, lectors que paguin els continguts i valorin el risc i les veritats incòmodes.

El món ha avançat sempre gràcies a la por que se sàpiguen les coses. D'aquí ve que el periodisme coratjós sigui un regal per a la democràcia. Però si els poders econòmics poden imposar les seves versions i perden el pànic a ser descoberts, seran capaços de fer de tot. El país que volem necessitarà poders sense por a la veritat, i mitjans lliures per explicar-la. I si et fa por que se sàpiga què fas, deixa de fer-ho.

---

## "ALS PODERS NO ELS AGRADA LA LLIBERTAT DE PREMSA"

(EXTRACTES DEL DISCURS DE COMIAT COM A DIRECTOR DE L'ARA, 24 DE NOVEMBRE DE 2015)

El poder m'ha fet patir molt. Ho dic encara sorprès i decebut i potser és ingenuïtat, però prefereixo ser ingenu que cínic. Amb els poders, amb les persones amb capaci-



Carles Capdevila, que va morir el passat 1 de juny, en una imatge del 2014. Foto: Pere Tordera / ARA

tats de coacció, sobretot econòmica, he tingut molts disgustos. No m'ho he passat gens bé. Hi ha excepcions, he fet algun amic, però en general hi ha gent molt mediocre, i molts homes –tots són homes!– i

"A MI M'HAN ARRIBAT A DIR QUE NO ERA PROU FILL DE PUTA PER SER DIRECTOR D'UN DIARI"

hi ha molta testosterona barata i molta covardia. A mi m'han arribat a dir que no

era prou fill de puta per ser director d'un diari o que tenia massa escrúpols per ser director d'un diari.

I a la gent que m'ho ha dit no els ha caigut la cara de vergonya després de dir-ho. T'ho deia gent que fa tant temps que no té principis que no sap que se'n diu principis, i no escrúpols. Que no és una qüestió d'angúnia, que és una qüestió de dignitat.

Als poders no els agrada la llibertat de premsa. Ho he comprovat cada dia. Són

al·lèrgics a la llibertat d'expressió. I estan envalentonats perquè l'economia ho pot gairebé tot. Creuen que poden condicionar els discursos des de despatxos foscos. Per sort, tot va canviant i cada dia hi ha més esclatxes i aquí n'hem obert unes quantes. Tot es va sabent i se sabrà molt més. Però us vull dir que la independència periodística cal que la defenseu cada dia plantant cara amb coratge. Que calen periodistes valents, gestors valents, directors valents. I cal que els lectors paguin els continguts per mantenir redaccions. Un mitjà massa dependent dels accionistes, dels ajuts o de la publicitat, no serà independent per definició. I això ho hem d'entendre perquè estem fent un país nou. I un país sense mitjans lliures no serà mai un país lliure.

## ACCIDENTS, DOLOR, PERIODISME I DUBTES

(ARTICLE A L'ARA, 20 DE MARÇ DE 2016)

Fa 28 anys, quan era un jove redactor de successos al diari *Avui*, em van enviar a cobrir un tràgic accident d'autocar a Juneda. Cinc adults (quatre mestres i el conductor) i deu nens d'entre tres i cinc anys que anaven de visita a una granja escola van morir en un pas a nivell sense barreres. No he oblidat mai l'impacte

"ENMIG DE LA TRISTESA, NO SEMPRE EMPATITZEM PROU AMB EL DOLOR DELS AFECTATS"

d'aquells cossos menuts. Ni la paradoxa que em va suposar professionalment cobrir aquesta informació, i la del funeral massiu de l'endemà.

Veure els companys de mitjans que necessitaven talls d'àudio o de vídeo empaitar familiars i preguntar-los coses tan absurdes com ara "com se sentien". La necessitat urgent d'imatges. Com sovint afegim dolor i molèsties, en lloc d'ajudar, tot i que la informació és un dret elemen-





## PERIODISME I ALGUNA COSA MÉS

El buit que ha deixat Carles Capdevila encara és recent. Costa d'assimilar. La capacitat que tenia de transmetre idees i sentiments va arribar a molta gent i va influir els que el vam tenir a prop, treballant dia a dia. La creació de l'ARA va ser un període molt intens, de molta feina i creativitat. Professionalment parlant, va ser sens dubte el projecte

### “CONCEBIA LA PROFESSIÓ COM ALGUNA COSA MÉS QUE L'ESSÈNCIA DE DONAR NOTÍCIES”

de la seva vida. S'hi va abocar en cos i ànima. Ho va posar tot. Hi ha deixat empremta. Quina?

Carles Capdevila era un periodista poc convencional, que alhora que vivia apassionadament la feina, se'n malfiava: no les tenia totes, amb el periodisme. Posava constantment en qüestió mètodes i objectius. Concebia la professió com alguna cosa més que l'essència de donar notícies. Quines notícies? Per què? A qui? Amb quin objectiu? No només es tractava d'explicar les coses que passen al nostre voltant, sinó de

donar-los un sentit. En aquesta manera d'agafar distància de la professió, es notava la seva formació filosòfica (la capacitat de fer-se preguntes) i la seva ascendència humil, treballadora, artesana.

Com a fill de fuster, havia anat elaborant, de la mà del sociòleg Richard Sennet, el concepte d'artesanía aplicat al periodista: el gust per fer les coses de principi a fi, amb respecte pels materials (les fonts) i pel client (el lector, el públic), amb constància i rigor. Contra el que pugui semblar, als periodistes la tecnologia ens ha fet més artesans, l'era digital fa que puguem controlar tot el procés de creació. Al Carles li entusiasma, això. Era un perfeccionista. I era també algú lliure, una llibertat que disfressava d'humor i que sabia transmetre als qui l'envoltàvem. La llibertat de pensar i d'actuar seguint unes conviccions ètiques. Això sí que era, per a ell, l'essència del periodisme.

**Ignasi Aragay**

Periodista, director adjunt de l'ARA

tal i imprescindible. I haver d'escriure cròniques d'ambient d'aquell dolor. Quan ets jove i nou i tot t'ho planteja, un fet així et sotragueja i et crea dubtes sobre el paper del periodisme, sovint galdós, en casos tan dramàtics. Dubtes que mantinc, a vegades ampliat i tot, com quan vam patir el cas de Germanwings. Enmig de la solidaritat i la tristesa, no sempre trobem la distància adequada ni empatitzem prou amb el dolor terrible dels afectats i la necessitat de pau.

I de seguida busquem el perquè. Si és un error humà o no. La necessitat d'una explicació urgent que no servirà de consol ni retornarà cap vida es converteix en una prioritat. Un culpable per carregar-li els morts. I com que són notícies que generen interès i també morbo, que ens interpel·len i ens espanten, i més aquests dies que molts pares tenim la canalla escampada de campaments en autocars diversos, es converteixen en un directe permanent en bucle. Fins que acabarà el

dol oficial, els mitjans desapareixerem del mapa i cada família es quedarà amb el seu dolor privat per sempre.

## ON ÉS LA VERITAT

(ARTICLE A L'ARA, 2 DE NOVEMBRE DE 2016)

Els periodistes ens dediquem a buscar i explicar la veritat, però la veritat costa de trobar. Hauríem de ser més modestos d'entrada i ser implacables amb les mentides, tenir-les a ratlla siguin de qui siguin. No deixar que els poderosos imposin les seves, i ser rigorosos evitant aquest campí qui pugui en què tothom té la seva opinió i tot el que dóna audiència és bo, vingui d'on vingui. Perquè la mentida existeix, i no en podem ser altaveus ni còmplices, mentre que la veritat és complexa, té múltiples versions.

En aquesta societat que ens empeny a fingir i trepitjar fort a les xarxes i a la vida, les veritats més verdaderes que ens queden són les íntimes. Per això calen més veritats

### "LA VERITAT ÉS MÉS A PROP DEL COR QUE DEL CAP, ÉS MÉS PRIVADA QUE PÚBLICA"

personals als mitjans, donar veu a persones de veritat. Haver convertit el circ mediàtic en un circuit tan professional i sobreacuat l'acosta al teatre, tothom hi fa el seu paper. I els lectors, oients i espectadors ja van notant que allò és una representació, exagerada, amb un guió endogàmic capaç de desviar els debats al ritme que marca el vent dels clics.

Hi ha veritat en les persones que pateixen, en les que es deixen la pell per una causa noble. Hi ha veritat en els que s'alegren de debò quan et van bé les coses o pateixen de debò quan no et surten. Hi ha veritat en els professionals de vocació artesanal, en els voluntaris. Hi ha veritat en les alegries i en el dolor. Hi ha veritat en algunes mirades, en algunes abraçades.

Hi ha veritat en la passió, en l'entusiasme.  
Hi ha veritat en l'autocrítica.

La veritat és més a prop del cor que del cap, és més privada que pública. I és el millor que tenim, el bé a preservar, per molt que vagi a la seva i de tant en tant ens exploti a la cara amb les pitjors notícies.

Potser el procés per ser immunes a les mentides mediàtiques comença per acostar-nos a la nostra veritat. Per ser simplement qui som.

---

## "ENS HEM ACOSTAT MÉS AL PODER QUE A LES PERSONES"

(EXTRACTES DEL DISCURS EN RECOLLIR EL PREMI NACIONAL DE COMUNICACIÓ, 14 DE NOVEMBRE DE 2016)

El periodisme no és innocent. Els periodistes quan ens convé anem de *guais* i defensem la nostra influència, però quan el món va cap al desastre, com ara, dissimulem i de forma hipòcrita diem que som simples miralls del que passa. No és això, companys. En som còmplices, d'aquest món mediàtic que dóna veu al que crida més, on és més fàcil sortir a la tele a fer l'idiota que sortir-hi per la teva preparació. Hem d'assumir la responsabilitat i fer mitjans ben educats i educadors, ben intencionats, que filtrin la mentida i no es conformin amb un espectacle de sí o no, sense matisos, disfressat d'informació i anàlisi. (...)

El periodisme està al mig entre els poders i les persones, i ens hem equivocat perquè ens hem acostat més als poders que a les persones. Ens estem oblidant de parlar de la realitat de cada dia mentre convertim en protagonistes absoluts aquest circ de famosos, tertulians i declaracions polítiques, una olla de grills, una gran tertúlia global que és un teatret sobreactuat, una farsa que cansa. I els periodistes que ens va bé, els afortunats que tenim feina i tribunes i ens donen premis, caiem en la temptació de considerar-nos part dels

elegits, de l'elit, en lloc d'assumir que el nostre lloc és ser portaveus de les persones. I sobretot de les persones que pateixen. I per tant com més lluny dels que les fan patir, millor.

Reclamo més veritat als mitjans. I sobretot menys mentida, i menys ficció i menys sobreactuació i menys cinisme. Hem de ser més humils i autocrítics, abandonar les llotges VIP i els reservats de restaurants i trepitjar més el carrer o les sales d'espera dels hospitals o els barris. Comencem per les veritats íntimes, les de cadascú. I expliquem la feïnada de tota la gent que cada dia treballa de forma artesanal per arreglar el món amb les mans. Ells no necessiten el protagonisme, per això no el busquen, no tenen gabinets de premsa, no pressionen, estan massa enfeïnats, però la societat sí que necessita saber què fan, perquè quan saps què fa la gent que arregla el món, la

## "SOM CÒMPLICES D'AQUEST MÓN MEDIÀTIC QUE DÓNA VEU AL QUE CRIDA MÉS"

majoria voluntaris, recuperes l'esperança en la utopia que ens queda, una utopia que pot semblar d'estar per casa, la de les petites revolucions individuals de cada dia fins a transformar-ho tot.

---

## "L'ACTUALITAT ÉS UNA FICCIÓ"

(EXTRACTE DE L'ENTREVISTA A VILA WEB, 16 D'ABRIL DE 2017)

Ens creiem més importants del que som. Ens costa ser humils i reconèixer que som simples portaveus. Portaveus al servei dels lectors i dels ciutadans. I també em preocupa el bucle de l'actualitat. A mi m'interessen les notícies, però l'actualitat, no. L'actualitat no és la realitat. L'actualitat és una ficció que creem nosaltres. La creen els partits polítics, les agències de comunicació i els mitjans. I al lector li costa entendre el sentit d'aquesta agenda d'actualitat. L'actualitat cansa molt. Per

exemple, en el cas del procés d'independència, el minut a minut és molt cansat. Ja em fatigava quan treballava a l'*Ara*. Però ara com a lector i persona que surt a passejar el matí no ho suportó (...),

## "M'INTERESSEN LES NOTÍCIES, PERÒ L'ACTUALITAT NO. L'ACTUALITAT NO ÉS LA REALITAT"

Crec que l'actualitat és repetitiva. Al Twitter i al Facebook, semblava que tothom podria parlar de tot. Però tothom acaba parlant del mateix. Jo segueixo molta gent i veig que cada dia hi ha un tema sobre el qual tothom dóna voltes. Una cosa que ens havia de donar diversitat absoluta, i acabem tenint un comportament gregari. Avui tots del Barça, demà tots de la CUP, i així anar fent. I tots acabem reproduint aquest comportament dels mitjans on les notícies caduquen tan ràpidament. I és matemàtic. Quan una notícia puja i ocupa tots els espais, desapareix més de pressa de tot arreu. L'endemà ja n'estem farts. Ç

Més informació a:

*La vida que aprenc* de Carles Capdevila (Arcàdia, 2017).

<http://dom.cat/19wu> → Discurs de comiat com a director de l'ARA

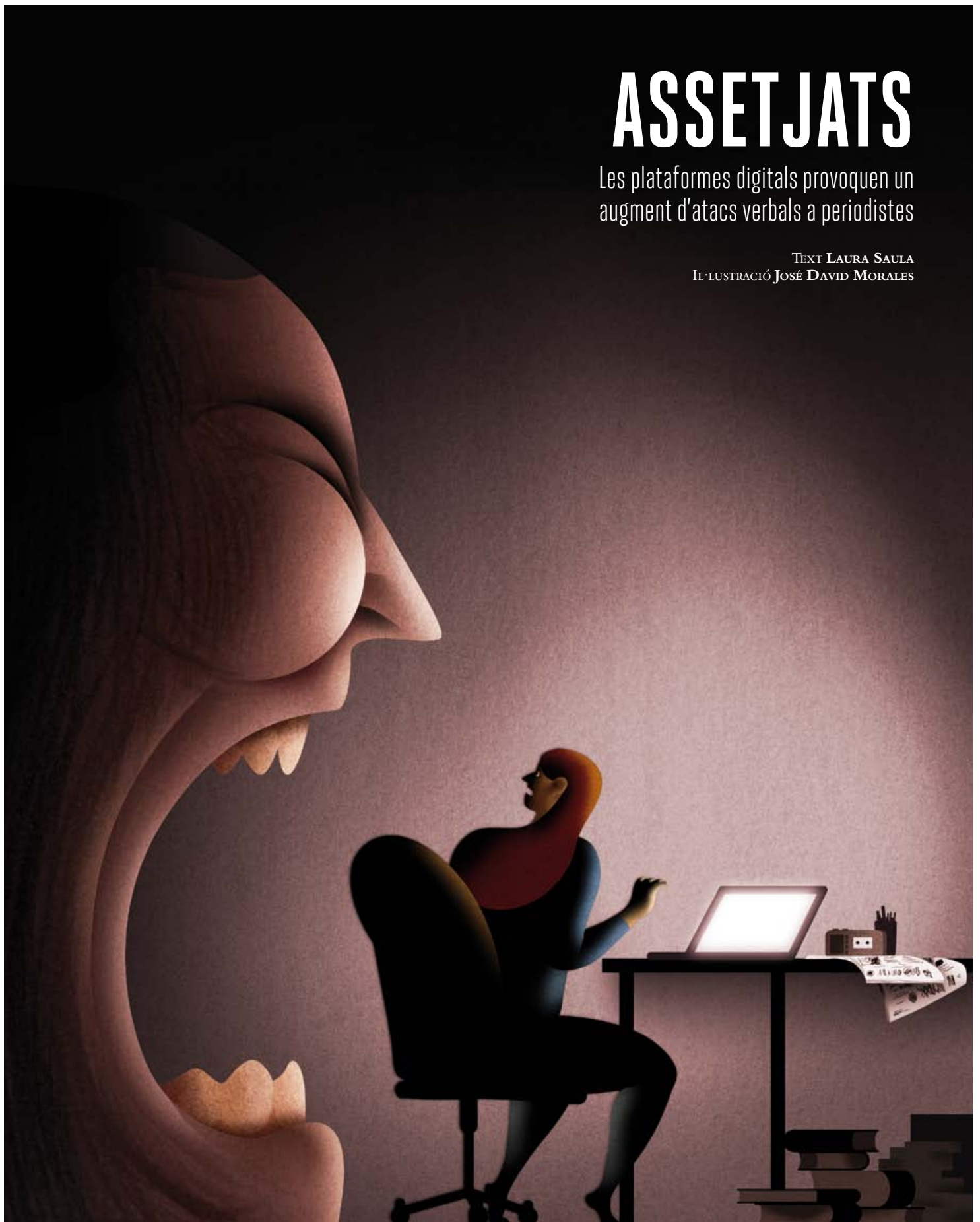
<http://dom.cat/19wv> → Discurs en recollir el premi Nacional de Comunicació.



# ASSETJATS

Les plataformes digitals provoquen un augment d'atacs verbals a periodistes

TEXT LAURA SAULA  
IL·LUSTRACIÓ JOSÉ DAVID MORALES



**Més de la meitat dels periodistes europeus pateix ciberassetjament o *ciberbullying*, segons un estudi elaborat pel Consell d'Europa. Una epidèmia digital que ha augmentat en els últims anys i que, encara que afecta homes i dones professionals de manera diferent, incentiva en ambdós casos la pèrdua de la llibertat d'expressió i l'autocensura a les xarxes. I el problema és que aquest fenomen que involucra un gran nombre de professionals no sembla tenir aturador.**

Alguna cosa està passant quan s'alcen cada vegada més veus en contra del ciberassetjament a periodistes. O, dit d'una altra manera, en contra de l'allau d'insults i amenaces que reben els professionals de la informació als comptes personals de Twitter i Facebook. Un fenomen que, lluny d'aturar-se, va en augment. Concretament, al vell continent el *ciberbullying* ja afecta un 53% dels periodistes que van participar en l'estudi *Periodistes sota pressió: ingerència injustificada, por i autocensura a Europa*, publicat pel Consell d'Europa el passat mes d'abril.

Darrerament, en l'àmbit mundial hi ha hagut una sèrie de casos que s'han donat a conèixer, com el del subdirector a Washington del *New York Times*, Jonathan Weisman, qui va tancar el compte de Twitter després de patir una pluja constant de missatges antisemi-

## SEGONS UN ESTUDI DEL CONSELL D'EUROPA, UN 53% DE PERIODISTES HA PATIT CIBERASSETJAMENT EN ALGUN MOMENT

tes. O, el passat mes de març, quan la policia dels Estats Units va detenir un home acusat d'enviar un tuit amb imatges animades que van provocar un atac epilèptic i un vessament cerebral al periodista Kurt Wichenwald de *Vanity Fair*.

Aquí tampoc no ens hem quedat enrere i ja comptem amb un bon recull d'incidents. És el cas del periodista esportiu de *Cuatro* Juanma Castaño a qui, el 2011, tres tuitaires van amenaçar de mort repetidament fins que van ser detinguts per la policia. O, l'any passat, quan Javier Negre, periodista d'investigació d'*El Mundo*, va ser assetjat a través de les xarxes arran de la publicació

d'un article sobre Andrés Bódalo, regidor de Jaén en Común. Paral·lelament, altres periodistes i comunicadors coneguts com Toni Soler, Jordi Basté o Jordi Évole també solen rebre regularment atacs i insults de trols anònims a les xarxes.

Un dels últims casos denunciats ha estat el del periodista d'*El País*, Cristian Segura, que, des de principi d'any, ha rebut un gran

## TONI SOLER, JORDI BASTÉ, JORDI ÉVOLE O CRISTIAN SEGURA REBEN INSULTS CONSTANTS I AMENACES A LES XARXES

nombre d'insults i atacs a Twitter arran de destapar el que explicava Santi Vidal a les conferències que donava sobre el Procés, així com la publicació de les declaracions de Lluís Llach sobre els funcionaris i la llei de desconnexió. “Rebo unes cent interaccions al dia, però tinc les notificacions silenciades, així que si no vull, no les miro”, explica Segura.

Més que amenaces, el periodista assegura rebre insults i comentaris desagradables de persones anònimes, si bé també de mitjans independentistes. “M'han arribat a dir que, quan Catalunya sigui independent, ja no podré treballar més com a periodista”, es lamenta. “I encara hi ha una cosa més greu –afègeix– i és que, per primera vegada, molts atacants no eren ciutadans normals, sinó dirigents de partits polítics”.

El cas del ciberassetjament a les dones periodistes mereix un espai a part. Per començar, un 25% de les dones enquestades el 2014 per l'International Women's Media Foundation (IWMEF) a



## NO ELS ALIMENTIS

La violència és habitual a les xarxes perquè també ho és en les persones i en la societat, tot i que hi ha diversos factors que cal tenir en compte. Laia Rosich, coordinadora de la comissió de Psicologia i TIC del Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya (COPC), explica que és important diferenciar les crítiques, queixes o retrets a través de les xarxes, de l'ús sistematitzat per assetjar o atacar.

De la mateixa manera, també s'ha de diferenciar quan l'atac es fa des de perfils anònims o des de personals o jurídics que vénen incentivats o fomentats per determinats grups d'influència o poder. "Els trols s'alimenten de la necessitat de pertinença i de ser reconeguts, per això és important no donar-los menjar, el que en anglès s'anomena *don't feed the troll*", recomana Rosich.

Actualment, aquesta experta reconeix que hi ha un nivell molt ampli de grisos a les xarxes socials pel que fa a la penalització de certs comentaris, alguns dels quals tenen un nivell d'agressió massa subtil per a ser denunciats. "Sanirà tenint cada cop més jurisprudència i caldrà ajustar aquests grisos, perquè actualment el que veiem és que hi ha un nivell d'atac molt potent de manera selectiva, amb les conseqüències que això pot comportar", explica. Per a Rosich, en determinats casos a part de la intervenció judicial, en el futur hauré d'organitzar-nos en estratègies més comunitàries i xarxes de suport amb l'objectiu de contrarestar els efectes del *ciberbullying* a la nostra vida professional.



Encara que gran part d'aquests ciberatacs es registren a Llatinoamèrica, Àsia i Àfrica, no vol dir que a Europa no passi. "He vist tuits adreçats a Ana Pastor que són casos clars de ciberassetjament misogin", explica Lainez, qui creu que al nostre continent encara falta documentar i fer més estudis sobre aquesta problemàtica. Tot i això, han transcendit alguns casos als mitjans espanyols durant els últims anys.

Per exemple, Lara Siscar, periodista de TVE, va ser ciberassetjada, el 2015, per dos homes que van arribar al punt de perseguir-la al carrer i que, finalment, van ser detinguts per la policia. Un altre cas és el d'Olivia García, del diari digital *Riojaz*, que fa més d'un any aguanta els comentaris misogins d'un trol que l'assetja sota desenes de noms falsos. Fins al punt que ho va denunciar davant la justícia i el Colegio de Periodistas de La Rioja i la Asociación

l'estudi *Violence and harassment against women in the news media*, asseguraven haver experimentat intimidació, amenaces i abusos a través de mitjans en línia. Ara bé, al contrari del que passa amb els companys de professió, aquests insults no es referien al treball periodístic ni a la ideologia, sinó que estaven enfocats a temes com el seu físic o l'entorn familiar.

"Si s'insulta a una dona periodista, sempre es converteix en un atac a la seva sexualitat i a la seva intimitat personal", assegura Zuliana Lainez, membre del comitè executiu de la Federació Internacional de Periodistes (FIP). De fet, segons Lainez, aquesta situació ja passava abans de l'era digital, quan circulaven publicacions falses o muntatges pornogràfics amb cares de dones professionals. "Mai he vist que se li faci això a un home periodista", afegeix. Lainez creu que, al final, no deixa de ser un atac doble: per ser dona i ser periodista. "Aquestes agressions busquen apagar les veus de les dones professionals que, tot i ser més en nombre, són menys potents. Ens volen silenciar", assegura.

## EN ELS HOMES ELS INSULTS ES REFEREIXEN A TEMES DE FEINA O IDEOLÒGICS, EN LES PERIODISTES SÓN, SOBRETOT, DE CAIRE SEXISTA

de la Prensa de La Rioja van mostrar-li el seu suport. "He vist amb tristesa com moltes periodistes decideixen tancar els seus comptes", comenta Lainez. Tanmateix, també hi ha altres professionals que opten per respondre als atacants o els bloquegen, encara que puguin ser acusades d'anar en contra de la llibertat d'expressió. "Un insult no és en cap cas llibertat d'expressió", matisa Lainez.

Per evitar que les dones periodistes tanquin els perfils i denunciïn la situació, han sorgit diferents plataformes en línia com la



## DADES PREOCUPANTS

Les amenaces a la llibertat de premsa han augmentat considerablement a Europa en els últims anys. Almenys això és el que es desprèn de l'estudi *Periodistes sota pressió: ingerència injustificada, por i autocensura a Europa*, publicat pel Consell d'Europa a l'abril de 2017. L'enquesta de l'estudi es va realitzar a 940 periodistes de 47 estats membres del Consell d'Europa i Bielorússia. Algunes de les dades més rellevants són les següents:

### 65% DELS PERIODISTES

enqustats han patit **violència psicològica**, com intimidació, amenaces, calúmnies i humiliacions.

### 53% DELS PROFESSIONALS

han patit **ciberassetjament**, sovint en forma d'acusacions partidistes, atacs personals i difamació pública.

### 1 DE CADA 5 ENQUESTATS

admet que s'ha sentit pressionat a l'hora de publicar determinades informacions. Tots aquests atacs provoquen un alt nivell d'**autocensura**.

campanya *Byte Back*, creada per la South Asia Media Solidarity Network (SAMSAN) i la Federació Internacional de Periodistes, en què es donen consells sobre com actuar en cas d'agressió. També existeix l'anomenada Alerta Machitroll, creada el 2015 per la colombiana Fundació Karisma amb el suport de Web Foundation, que busca visibilitzar i denunciar en clau d'humor aquells comentaris, imatges o continguts violents que circulen a la Xarxa en contra de les dones.

## ELS LÍMITS DE LA LLIBERTAT D'EXPRESSIONI

“A les xarxes socials hi ha llibertat d'expressió, però també molt llibertinatge en forma d'insults, misogínia i discurs de l'odi”, remarca Lainez. El problema, segons la periodista, és com controlar el contingut que circula per aquests canals. La seva proposta per solucionar-ho seria organitzar-se i regular la situació des del gremi de periodistes. “Si això ho deixem al criteri dels responsables de les xarxes socials, els hi estarem donant massa poder”, conclou.

D'altra banda, per a Cristian Segura, les xarxes socials han facilitat més que mai el contacte entre els periodistes i els lectors. “La

## "REPS CRÍTQUES DE PERSONES QUE TAN SOLS S'HAN LLEGIT EL TITULAR"

Cristian Segura, *El País*

diferència és que abans, quan un lector enviava una carta a la redacció, estaves segur que s'havia llegit l'article. En canvi, ara, potser només reps crítiques de persones que tan sols s'han llegit el titular”, conclou. És el que té l'efecte de la immediatesa a les xarxes. El problema és quan els autors dels insults passen a ser dirigents polítics i persones influents. Un fet que cada vegada està passant més i que s'haurà d'anar vigilant en un futur. Ç



# "ESPAÑA ÉS UN PAÍS OPAC"

**Amb només trenta-quatre anys, Mar Cabra és el referent del periodisme de dades a l'estat espanyol i, com a membre del Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació –ICIJ, sigles en anglès– ha participat en diferents projectes internacionals de primer ordre, com els Papers de Panamá, que mesos enrere va aconseguir el premi Pulitzer. La seva trajectòria és la prova fefaent que la professió no tan sols es modernitza, es diversifica i avança, sinó que, a més, es pot fer amb èxit i que pot acabar obtenint premis i reconeixements.**

TEXT JORDI ROVIRA  
FOTO MANU FERNÁNDEZ

**Primer de tot, felicitats pel Pulitzer al Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació pels Papers de Panamá. Només te'n toca una part, però segueix sent un Pulitzer.**

Gràcies. De totes maneres, és una part força gran perquè, tot i que la investigació vam fer-la amb 400 periodistes, oficialment, ens han donat el premi al Consorci, al *Miami Herald* i al grup McClatchy. I com que treballa per al Consorci, als que som allà ens toca una part més gran (riu).

**El Consorci és una xarxa de periodistes de tot el món.**

A més d'una xarxa, també som un mitjà de comunicació que treballa, des de 1997, en aquests dos nivells. Per una part, és una xarxa d'uns dos-cents periodistes de seixanta-cinc països. I, per una altra part, un mitjà amb una redacció permanent. Les dues coses s'entrellacen perquè per als projectes tirem

de la xarxa de periodistes, si bé altres, com jo –que hi sóc des del 2011– estem contractats. Tenim una redacció central i un pressupost d'uns 3 milions de dòlars. No fa gaire era d'1,8 milions, però ens hem separat de l'organització matriu –The Center for Public Integrity– i ara som una entitat independent que estem creixent.

**En què consisteix la teva feina al Consorci?**

Sóc membre de la xarxa des d'abans de treballar-hi de manera permanent, i ara en sóc la coordinadora de la secció de Dades, com una mena de cap de secció. Porto un equip multidisciplinari d'unes deu persones amb periodistes de dades i programadors. La meua mà dreta s'està a Washington, tres programadors a Espanya, un a Costa Rica, una oficina amb quatre persones a París, etc. I la meua feina, com qualsevol cap de secció, és coordinar-los.

**Quan, vuit anys enrere, cursaves el màster de Periodisme d'Investigació a la Universitat de Columbia, on vas descobrir el periodisme de dades, et podies imaginar que ara estaríem tenint aquesta conversa?**

No. El 2009, quan vaig arribar a Columbia, no sabia que existia el periodisme de dades. Recordo que, quan havia convèncer el jurat de la beca Fulbright, els deia que a Columbia m'ensenyarien tècniques com parlar amb exagents de l'FBI, etc. Tot molt de pel·lícula, com ho havia vist a *Tots els homes del president*... I quan arribo a Nova York em comencen a parlar de fonts públiques i de com hi havia un munt d'informació a Internet, de les lleis de transparència. Jo al·lucinava, no sabia que tot això existia. I després també vaig al·lucinar amb el periodisme de dades. Ho vaig trobar fantàstic, tot i que en acabar el màster no pensava dedicar-m'hi. Però el 2011, quan vaig tornar a Espanya, em vaig



## PERFIL

Mar Cabra (Madrid, 1983) ha treballat a La Sexta, la CNN+, Cuatro, la SER i *The Miami Herald / El Nuevo Herald*. El 2009, va cursar el màster de Periodisme d'Investigació a la Universitat de Columbia (Nova York) amb una beca Fullbright. El 2012, va ser una de les impulsores del màster de Periodisme d'Investigació, Dades i Visualització (Universitat Rey Juan Carlos), va dirigir la Fundació Ciudadana Civio i va rebre el Premio Larra al millor periodista menor de trenta anys que atorga l'Asociación de la Prensa de Madrid. Des del 2011, és membre del Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació (ICIJ) on coordina la secció de Dades. Des del Consorci, ha participat en investigacions com la dels Papers de Panamà (premi Pulitzer).

trobar que aquí no hi havia quasi ningú fent periodisme de dades i que molt poca gent sabia què era una llei de transparència.

### **Els periodistes d'aquí desconeixien aquest món.**

"Això de les dades què és?", em preguntaven. Em deien que ells ja utilitzaven dades a la feina. I jo els deia que una cosa és analitzar una dada i una altra analitzar-ne milers o milions de línies de dades. Va ser llavors quan em vaig trobar un grup de persones que volien fomentar el Periodisme de Dades, però cap era periodista. Els vaig ajudar i va ser així com va acabar convertint-se en la meva feina.

### **El periodisme de dades a Espanya és més de freelance que no pas de mitjans?**

Això era abans, ara està canviant, tot i que si ho comparem amb l'estranger, aquí som al final de la cua. Quan vaig arribar dels Estats Units, els mitjans no tenien ni idea de què era el periodisme de dades, en canvi, el 2012 Antonio Rubio, Marcos García Rey i jo vam muntar un màster de Periodisme d'Investigació, Dades i Visualització amb l'Escola d'Unidad Editorial i la Universitat Rey Juan Carlos. I, el 2013, els primers becaris van anar a treballar a redaccions i alguns van comencen a destacar-hi. I així és com es va anar "infiltrant" als mitjans. Avui dia, tots els mitjans nacionals tenen una o més persones fent periodisme de dades.

### **El periodisme de dades és com l'avantguarda del periodisme d'investigació, però a vegades sembla com si fos el mateix.**

Ni el periodisme de dades és només investigació ni el periodisme d'investigació són només dades. El periodisme de dades et pot explicar, per exemple, quin és el patró de gols d'en Messi o quin tipus d'apreciació popular tenen les pel·lícules nominades als

"NI EL PERIODISME DE DADES ÉS NOMÉS INVESTIGACIÓ NI EL PERIODISME D'INVESTIGACIÓ SÓN NOMÉS DADES"

Oscars. I el periodisme d'investigació pot no estar basat en dades. Ara bé, avui dia, el periodisme de dades ajuda molt el periodisme d'investigació, que busca revelar fets desconeguts i té un punt d'explicar coses de manera sistemàtica. La corrupció, per posar un exemple conegut, no passa només un cop sinó molts cops.

### **Són patrons.**

És clar. I els patrons són dades. I la millor manera de demostrar un patró és fent anàlisi de dades. Des del 2011, al Consorci no he participat en cap història sense un component de dades molt important.

### **S'havia dit que la Llei de Transparència espanyola ajudaria molt en**

### **les investigacions, encara que es va quedar a mig camí. Se li està traient prou rèdit?**

La Llei de Transparència aprovada a Espanya el 2013 és una llei temerosa. No és una llei d'avantguarda, no és arriscada, ni va adoptar pràctiques ja provades en altres països com els Estats Units, on es pot accedir als correus electrònics dels funcionaris. Aquí, en canvi, les comunicacions estan prohibides.

Si la comparem amb la d'altres països, queda molt per sota. En un rànquing de les millors lleis de transparència, Es-

panya quedava al 64è lloc. Però almenys tenim una llei que ha obligat a crear un marc normatiu i unitats de transparència amb especialistes a donar informació. I això és un gran pas perquè, més enllà de tenir una llei, el que importa és canviar a nivell cultural. Espanya és un país opac, en el qual no estem acostumats a donar informació. És una democràcia molt recent.

### **On et miren malament depenent del que demanis.**

I et pregunten "i això perquè ho vols?", però no és obligatori dir-ho. I hi ha gent que ja està demanant informació, però encara n'hi ha que desconeixen que al nostre país existeix una Llei de Transparència, ja que en aquell moment no es va publicitar. Hi ha

pocs periodistes que utilitzin la Llei perquè no saben que existeix.

### Com veus l'actual situació del periodisme d'investigació a Espanya?

En els mitjans de comunicació d'aquí són pocs els que investiguen. N'hi ha molts que diuen que són periodistes d'investigació quan, en realitat, els han filtrat un document que no contrasten... Això ha passat sempre, però ara amb la televisió tot s'amplifica, perquè la gent no llegeix diaris, en canvi, sí que mira la televisió. Per tant, això ha empitjorat. Investigar no és publicar una filtració tal qual. Nosaltres, abans de publicar-ho, ens vam passar un any investigant els Papers de Panamà! Jo sóc una privilegiada que visc en una bombolla on fem una investigació anual. Això és fantàstic.

### La investigació del futur serà transnacional o no serà?

No és necessari que tot acabi amb una investigació transnacional, tot i així, qual-sevol tema que es tracti, com la corrupció, t'acaba portant a Suïssa i pots acabar a les Illes Britàniques o a l'Uruguai. Per tant, de seguida et creues amb un altre país que no és el teu, ja que cada cop els temes són més transnacionals. I hi ha dues maneres de fer-ho: en solitari, anant als registres d'altres estats, o col·laborant amb companys d'altres països, que és el que fem nosaltres des del Consorci.

### Per tant, cada cop serà més col·laboratiu.

Tradicionalment, el periodisme d'investigació ha estat un ofici de llops solitaris, però això està canviant. I hi haurà gent que

"HI HA POCOS PERIODISTES QUE UTILITZIN LA LLEI DE TRANSPARÈNCIA, PERQUÈ NO SABEN QUE EXISTEIX"

se seguirà creient Superman i que poden enfrontar-se sols a una investigació que pot implicar, per exemple, set països. Amb tot, cada cop passarà menys. És una qüestió d'intel·ligència. Si una investigació afecta

l'Uruguai, qui coneix més aquest país, tu o un periodista d'allà que en sap les fonts? Encara que col·laborar tampoc és fàcil, implica un grau de complicació. És com una relació de parella. Què és més fàcil, estar solter o casat? Depèn de la parella...

### Mitjans d'investigació recents que ja són una referència com ProPublica o Mediapart es financen amb grans donacions privades o a través de milers de subscripcions. Al nostre país, no està assentada ni una cosa ni l'altra...

És un tema cultural. A diferència dels Estats Units —on quasi res es paga amb diner

"TRADICIONALMENT, EL PERIODISME D'INVESTIGACIÓ HA ESTAT UN OFICI DE LLOPS SOLITARIS. AIXÒ, PERÒ, ESTÀ CANVIANT"

públic—, a Espanya i a Europa ens hem acostumat que gran part del que passa sigui amb fons públic. I no tenim una consciència que, com a ciutadans, podem posar el nostre gra de sorra per millorar la societat. I, per tant, no hi ha una cultura de fer aportacions. Al Consorci, per exemple, una de les grans donacions fetes en una campanya de recollida de fons, és de l'Església Presbiteriana de Nova York. Hi ha, doncs, religions i cultures que fomenten aquesta cultura de l'aportació.

### Ara que el diner públic escasseja potser és quan cal fomentar-ho.

Sí, ara bé, són dues coses independents que s'estan donant al nostre país. Perquè ara, que estem amb la crisi, ens preocupem pels malbarataments. Ara?

I el 2007, quan es feien palaus de congressos a cada poble, no ens importava? Però tot això està començant a canviar. D'altra

banda, hi ha grans casos d'empresaris, com Amancio Ortega, que ha fet una donació milionària per millorar els centres de salut que ha generat molta controvèrsia. Això als Estats Units no passaria.

### És l'eterna desconfiança cap a les donacions privades.

Això per una part i, per l'altra, a Espanya ens hem acostumat que les donacions són per a ONG que ajuden els nens d'Àfrica. Ara sabem que podem fer aportacions per donar suport perquè es faci un millor periodisme. I una altra qüestió, que passa a tots els països, és que la gent no està acostumada a pagar per les notícies. Per què han de fer-ho si les reben gratuïtament a través de Facebook?

### Evident.

És molt complicat que aquí es creïn organitzacions com el Consorci o Mediapart. A més, els grans donants aporten diners, per exemple, per desenvolupar el periodisme a l'Amèrica Llatina o a l'Europa de l'Est, no pas a Espanya. Aquí tenim el problema que som massa rics

per ser pobres, alhora que també som massa pobres per ser rics.

### Les filtracions massives de documents, com els Papers de Panamà, obliguen a treballar d'una manera diferent a com es feia vint anys enrere?

Sí. No hauríem pogut investigar els Papers de Panamà sense l'equip fantàstic de programadors i de dades del Consorci que han processat la informació. Avui en dia, és molt difícil fer front a grans filtracions sense gent amb coneixements de programació. D'altra banda, cal periodistes per analitzar aquesta informació. A WikiLeaks van necessitar *El País*, el *New York Times*, etc., perquè som els que podem destil·lar el verdader significat d'aquests documents. Ç

# LA VEU DEL PODER?

La pràctica de "copiar i enganxar" les notes de premsa dels grans actors econòmics suposa cedir-los el control del relat de l'actualitat

TEXT EUDALD COLL



Una de les torres KIO de Madrid, símbol del poder econòmic de la capital espanyola. Foto: Luis Sanz

**En els darrers temps, a les redaccions és cada cop més habitual “copiar i enganxar” els teletips de les agències i les notes de premsa dels gabinets, un fet que suposa que el relat de l’actualitat vingui marcat per agents externs als mitjans de comunicació. Aquesta pràctica –criticada per periodistes, experts i associacions de premsa– es dona en totes les seccions, però un darrer estudi focalitzat en les notícies econòmiques posa de nou sobre la taula un debat recurrent que afecta la qualitat de la informació**

Qui marca el relat mediàtic al voltant dels grans poders econòmics? La resposta òbvia seria que les seccions d’Economia dels mitjans de comunicació, si bé algunes dades recents fan pensar que no sempre és així.

Això es desprèn, almenys, de l’estudi *Copia y pega. Cómo las multinacionales construyen las noticias, Los breves de empresa en los diarios La Vanguardia y El Mundo de Catalunya. Estudio de similitud entre los breves y las notas de prensa*. Aquest treball –tesis doctoral del periodista Jesús Martínez– conclou que moltes notícies de l’àmbit econòmic són fruit d’un simple exercici de “copiar i enganxar” en cadena, ja que sovint l’agència de notícies copia la nota del gabinet de premsa de l’empresa en qüestió i, posteriorment, el redactor del diari copia el teletip de l’agència de notícies. El resultat, doncs, és que, a grans trets, el que surt als mitjans és el que s’ha redactat des del gabinet de la font original.

La tesis doctoral de Martínez –presentada el 10 de gener a la Universitat Ramon Llull i qualificada amb un excel·lent– és un extens treball de 849 pàgines de la qual l’editorial Carena n’ha publicat un petit nombre d’exemplars. L’estudi respon a la necessitat d’avaluar les rutines de producció periodístiques i conclou que la pràctica de “copiar i enganxar” forma part d’aquestes rutines de les redaccions.

## DADES CIENTÍFIQUES

Martínez fins i tot quantifica el percentatge d’aquesta pràctica de manera científica mitjançant el programa de càlcul simbòlic Maple –que permet estudiar dos textos a través de diversos paràmetres i, per tant, fixar el llindar de similitud en el valor mitjà de 0,35, a partir del qual es conclou que hi ha semblança–, i concretament, a través de Detect Plagiarism i Similarity Score, eines informàtiques que han permès establir les similituds entre els breus de la secció d’Economia dels dos diaris analitzats amb les notícies de les agències i les notes de premsa enviades des dels departaments de Comunicació de les empreses.

Cal destacar que en alguns casos, la nota de premsa s’envia directament al diari, sense la intermediació de l’agència de notícies. En aquests casos, tal com apunta l’estudi, s’acostuma a copiar i enganxar la nota que arriba a les safates d’entrada dels ordinadors. Quan això passa, se signen com a redacció continguts que els periodistes de plantilla no elaboren. Altres

## ELS TEXTOS SIGNATS PELS DIARIS I LES AGÈNCIES DE NOTÍCIES SÓN GAIREBÉ ELS MATEIXOS QUE ELS DE LES NOTES DE PREMSA DE LES EMPRESES

vegades les notes de premsa arriben al redactor en forma de notícia, previ aval de

l’agència de notícies contractada pel mitjà. En aquest cas, el recorregut és: empresa-agència de notícies-diari. El resultat final, però, segons indica el treball de Martínez, és el mateix.

## TEXTOS QUASI IDÈNTICS

L’anàlisi dels 52 breus analitzats (30 de *La Vanguardia* i 22 d’*El Mundo de Catalunya*) –publicats entre l’1 de gener i el 24 de juliol de 2014– revela que la modalitat del “copiar i enganxar” forma part de la quotidianitat dels diaris.

L’estudi, que ha comparat els breus publicats al rotatiu, les notes de premsa de l’empresa i els teletips d’agència, observa importants similituds. Així, en els 30 breus del diari del grup Godó analitzats, 19 d’aquests s’assemblen a les notes de premsa de les multinacionals.

Quan entre el breu i la nota de premsa de l’empresa en qüestió apareix l’intermediari, és a dir, l’agència de notícies, la similitud també és aclaparadora: si en 14 d’aquests 30 breus es disposa també del teletip de l’agència de notícies, en 10 casos aquesta coincideix amb el breu. Un teletip que, al seu torn, coincideix plenament amb la nota





## "LA RATLLA PLANXADA"

Jesús Martínez ha posat números i percentatges al (mal) costum de les redaccions de diaris, siguin vegetals o digitals, de reproduir textos fets per altres redaccions sense avisar-ho convenientment al lector o usuari. Feina suficient per poder mesurar l'abast de la malaltia de la professió, que queda en greu, tot i que crònica, i de difícil tractament.

Cal posar-hi algunes precisions. Primera, que això sempre ha passat, fins i tot en l'època enyorada (1976-2006) en què semblava que el periodisme català podia assolir quotes homologables als grans de França o Gran Bretanya. Segona, que quan passava, el redactor del breu, columna o fins i tot reportatge a partir de les dades de l'empresa sol·licitant, només se sentia molestat quan li afegien la frase determinant: "No es pot modificar". Tercera i principal: no es el mateix que aquestes notes d'empresa les gestioni la redacció d'economia i superiors sense sortir de la redacció, que l'encàrrec arribi des de la gerència de publicitat per les vies imaginades. La ratlla ben planxada es correcta si surt de dins de la redacció. Si és de fora, no.

Aquestes bases d'actuació ja les va mesurar i plasmar en un llibre la col·lega Goretti Palau el 2003 (*Gabinets de comunicació. Periodistes a l'altra banda*, Editorial Pòrtic). Sés periodista a les dues bandes del riu de la comunicació, perquè l'important es saber nedar. Benaurats, per tant, els periodistes que des dels gabinets de comunicació redacten tan curiosament que la seva nota a penes s'ha de variar

a les redaccions vegetals/digitals. No cal planxar la ratlla.

La qüestió que ha d'inquietar és una altra. És un tema que s'ha accelerat des que la gran recessió financera del segle XXI i s'ha estès, i de quina manera, fins al moll de l'ós als mitjans de comunicació tradicionals, per més anys de quiosc

### "SI UN REDACTOR REP L'ORDRE D'AJUSTAR-SE A UNES DADES, I SE L'AVISA QUE NO POT AFEGIR-HI RES, ÉS UN INDICI DE MALALTIA TERMINAL DEL PERIODISME"

que acumulin. Ja no es discuteix sobre si ratlla sí o no, sinó que es prohibeix la ratlla des de la gerència dels mitjans. Que un redactor copii textos d'altri, si responen als criteris de bona redacció apresada (o no?) a les facultats, té una importància relativa. Si rep l'ordre d'ajustar-se a aquelles dades, i que, per molt correctes que siguin, se l'avisí que no pot afegir-hi res més que hagi sabut pel seu compte, és un indicatiu de malaltia no greu, sinó terminal, del periodisme. No afecta tan sols a la informació econòmica, des de sempre condicionada pel poder, però no gaire menys que la política (no són els governs els primers anunciants?) o la d'espectacles (qui es creu que els anuncis de pel·lícules no pressionen els crítics de cinema?). La llibertat no depèn de si ratlla sí o no. El risc és que et planxin sense avisar.

**Josep Maria Ureta**

Periodista, exredactor d'Economia d'*El Periódico de Catalunya*

de premsa original. Per tant, dels 14 casos en què es disposa del teletip i de la nota de premsa corresponent, 9 cops el breu del diari i la nota de l'empresa són similars.

Pel que respecta als 22 breus d'*El Mundo* analitzats, 12 d'aquests tenen aspectes coincidents amb el redactat proposat per la font original. En aquest diari, la major part de les vegades (21 dels 22 casos) intervé l'agència de notícies. Així, en tots aquests, els breus mantenen analogies evidents amb el teletip de l'agència. I dels 19 casos en què es disposa del text de l'agència i de la nota de premsa de la font original, en 13 hi ha homogeneïtats entre ambdues.

"Els textos signats per redacció i per agència són gairebé els mateixos textos de les notes de premsa de les multinacionals", explica Martínez. Arribats en aquest punt, la conclusió és que l'empresa (ja sigui una multinacional, un banc o un altre actor econòmic) és qui acaba construint el relat que apareix als mitjans.

"Des d'aquesta perspectiva, —prosegueix Martínez— els mitjans de comunicació de masses i els seus discursos construeixen la realitat social, i la gran majoria dels estudis que analitzen o interpreten els resultats d'aquesta construcció de la realitat s'elabora des de l'òptica de l'ordre social establert, beneficiant els punts de vista i els interessos de les classes i els grups dominants. Copiar i enganxar notes de premsa de gegants comercials que cotitzen en borsa, i redactades per professionals del periodisme, contribueix a donar més poder al poderós". "Amb el 'copiar i enganxar', —afegeix— part del diari l'escriu l'empresa, amb ànim de lucre, per la qual cosa, el mitjà, llavors, servirà a uns fins aliens per als quals va ser fundat".

### LES AGÈNCIES, TAMBÉ

L'existència del "copiar i enganxar" no és, tanmateix, una pràctica que es doni només en les seccions d'Economia, sinó que està estesa al conjunt dels mitjans —so-



Imatge de la Borsa de Barcelona, on operen les empreses i inversors. Foto: Arxiu

bretot els digitals—, tal com es desprèn de nombrosos estudis.

Així, el 2005, l'investigador David Sancha —professor de Periodisme Digital a la UOC— a l'estudi *El uso de la información de agencia en las ediciones electrónicas de diarios en España. Estudio comparativo de las páginas web de El Periódico, El Mundo y La Vanguardia* ja conclouia que “l'anàlisi de les fonts de les informacions i la comparació dels textos publicats en les notícies no presenta cap mena de dubte”.

“La hipòtesi —prosegueix— queda confirmada. Els serveis d'informació en línia dels diaris recorren a l'agència com a font principal de les informacions. Quan diversos diaris recorren al mateix teletip

## UN PROGRAMA DE CÀLCUL INFORMÀTIC HA PERMÈS DETECTAR DE MANERA CIENTÍFICA LES SIMILITUDS ENTRE ELS DIFERENTS TEXTOS

per redactar una mateixa informació, les edicions digitals dels diaris arriben a publicar, punt per punt, la mateixa notícia. La uniformització assolida, en aquests casos, és total”.

El problema d'aquesta pràctica detectada a l'estudi de Sancha —que comptava amb

dades estadístiques, anàlisi de casos i entrevistes—, és que sovint, com assenyala Martínez en el seu recent estudi, les agències de notícies es basen en la nota de premsa dels gabinets.

Un fet que ja s'advertia el 2008 a *Periodismo social. El compromiso de la Información*, llibre d'estil de Servimedia, agència de notícies

## UN ESTUDI DEL 2005 JA VA DETECTAR LA UNIFORMITZACIÓ DE LES VERSIONS DIGITALS DELS DIARIS, QUE AFUSELLAVEN ELS TELETIPS D'AGÈNCIA

especialitzada en informació social. El llibre, elaborat per Luis Miguel Belda —redactor en cap de la Secció d'Autonomías de Servimedia— i els periodistes Juan Emilio Maíllo i José María Prieto, amb la col·laboració de periodistes de l'agència i experts, era el primer

editat a Espanya que orienta en el tractament de notícies de caràcter social.

Al manual es pot llegir com “la recepció de notes de premsa per correu electrònic o la possibilitat d'accedir a aquestes a través d'Internet situen el periodista davant la temptació de recórrer al “copiar

i enganxar” i traslladar el text tal com és, fins i tot amb les referides incorreccions, al teletip”.

## PRECARIS I FEBLES

La pràctica a l'alça del “copiar i enganxar” té molt a veure amb la conjuntura econòmica. I és que la premsa, en hores baixes i molt afectada per la crisi, veu com les notes de premsa de les multinacionals no sempre passen el filtre periodístic dels anomenats *gatekeepers* o guardabarreres. Un dels entrevistats per Martínez a l'estudi, ho admet sense embuts. “Si em preguntes si ara entren amb més facilitat en els mitjans notes de premsa, crec que sí. S'han perdut certs controls en la qualitat dels efectes de les retallades”, admet el periodista Javier Oms Navia-Osorio, coordinador d'*El Mundo.es* i professor de Redacció periodística a la UOC.

Un escenari, el d'uns mitjans en crisi, que va provocar que, a l'abril del 2015, en una declaració durant l'Assemblea General, la Federació de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ja denunciés el constant buidat de les redaccions en detriment de la qualitat informativa. “El panorama que se'n presenta —apuntava el text— és el de mitjans febles que, sense professionals, es limiten a ‘copiar i enganxar’ els comunicats oficials que els arriben, convertint-los en un mer instrument de propaganda però no d'informació. A més, compten amb plantilles que quasi no oposen resistència a les pressions perquè poden ser els següents a la llista d'acomadats, desemparats davant d'una legislació laboral cada vegada més flexible”.

Una situació, doncs, amb més i més crítics i més dades que sustenten aquesta crítica. El problema és que els mitjans de comunicació, afeblits, sovint admeten el diagnòstic, encara que no ofereixen cap resposta davant d'aquesta mala praxi periodística. **Ç**

# LA GUERRA PEL TEMPS

Els mitjans de comunicació han mostrat la seva miopia  
a l'hora de llegir la realitat que expliquen

TEXT MARC ARGEMÍ  
IL·LUSTRACIÓ ALBERT PINILLA



En el competitiu univers mediàtic digital bona part les notícies són de consum ràpid i sovint es potencia allò anecdòtic i s'obvien els canvis importants que, a poc a poc, s'estan gestant en la societat. Això explica que grans notícies que han tingut lloc darrerament, com el Brexit, la victòria de Trump o la mateixa crisi financera no fossin previstes per uns mitjans immersos en un ritme de producció frenètic. En aquestes pàgines reproduïm un extracte d'*El sentido del rumor* (Ediciones Península) el llibre del periodista Marc Argemí, expert en l'anàlisi dels rumors, en què s'analiza el perquè d'aquests greus errors de pronòstic.

Mentre l'usuari navega amb l'ordinador, la tauleta o el telèfon mòbil, a l'altra banda de l'aparell es lliura una batalla ferotge pels seus minuts.

El temps és or, diuen; per als productors d'informació a Internet, el nostre temps és publicitat en potència, la qual cosa es tradueix en ingressos per a les seves arques. I per l'or s'entra en una espiral de notícies bomba, exclusives, vídeos virals, la-història-que-no-et-pots-perdre, el tema del moment o *trending topic* del qual tothom parla, memes (mems, en català) i gifs animats i –una cosa que causa autèntic furor en algunes audiències– els entranyables vídeos de gatets.

Si fos un pacient, diríem que aquest usuari té un alt risc de patir iatrogènia, és a dir, un dany a la salut produït pel metge. Com qui va a l'hospital per curar-se d'una malaltia i, a causa del tractament o de l'operació, cau malalt d'una altra.

## LA SOBRECÀRREGA INFORMATIVA I ELS SALTS D'INFORMACIÓ BREU A INFORMACIÓ BREU PORTEN CAP A UNA INEVITABLE SUPERFICIALITAT

En termes informatius, la sobrecàrrega d'informació i els salts d'informació breu a informació breu porten cap a una inevitable superficialitat en la majoria dels temes, si no a una desinformació letal en els pocs temes que realment es poden considerar importants del debat públic. O sigui, que ens exposem a patir “iatrogènia de desinformació” i, al mateix temps, provocar-la en la nostra conversa a les xarxes.

Aquest símil li dec a Nassim Taleb. En un extens estudi sobre l'“antifragilitat”, Taleb posa els diaris en el punt de mira, dels quals diu que “han d'omplir les pàgines cada dia amb un seguit de notícies, sobre-tot si també es publiquen a la resta de la premsa. No obstant això, per fer les coses bé haurien d'aprendre a no publicar res si no hi ha res important a explicar. Hi ha

## TOT I LES ENORMES QUANTITATS DE DADES, ELS MITJANS NO HAN IDENTIFICAT LA IMMINÈNCIA DELS ESDEVENIMENTS MÉS DESTACABLES

dies que els diaris haurien de tenir només dues línies i altres en què haurien de tenir dues-centes pàgines, en proporció a la intensitat del senyal. Però, és clar, volen guanyar diners i necessiten vendre'ns “menjar porqueria”. I el menjar porqueria és iatrogènic. Segons la seva opinió, hi ha massa soroll a la “glorificació de l'anecdòtic” en els mitjans.

La seva recepta consisteix a mitigar l'intervencionisme –informatiu, s'entén, cosa que provoca

iatrogènia– racionalitzant l'arribada d'informació: fixar-se només en els canvis importants que es donen en les condicions o en les dades, però no en els canvis lleus. Per això, cal ser molt previnguts respecte a les dades: “Com més dades reunim, menys sabrem el que està passant i més iatrogènia causarem”.

Resulta interessant, en aquest sentit, la diferència existent entre els riscos percebuts

i els riscos reals. La paradoxa és verificable en l'experiència de les tendències polítiques aquests últims anys a Occident. Amb enormes quantitats de dades sobre la realitat, un volum sense precedents, no hem estat capaços d'identificar la imminència dels esdeveniments més destacables. Bé, en cada cas hi ha hagut qui sí que ha demostrat olfacte per pronosticar correctament,

si bé el corrent majoritari, el *mainstream* d'opinió, s'ha acabat inclinant cap a una interpretació errònia.

La crisi financera va sorprendre mitja societat en plena feina, lliurada a una cursa de consum i crèdits creixents. Contra les previsions, el Regne Unit va votar en referèndum a favor de la sortida de la Unió Europea. L'onada de refugiats va agafar la mateixa Unió Europea amb el peu canviat. Va tornar a guanyar Rajoy, amb una distància imprevista. El cardenal Ratzinger va ser elegit papa contra tot pronòstic, després va dimitir sense que ningú ho esperés, i el successor va ser el gran absent en gairebé totes les travesses dels vaticanistes. Sembla que ara perillan les pensions, quan no hem volgut veure que, en realitat, ja fa temps que perillan, perquè fa anys que vam entrar en un hivern demogràfic. Va guanyar Donald Trump.

En tots els casos, el comportament posterior a cada error de pronòstic ha estat similar: experts i analistes s'han apressat a donar explicacions detallades del perquè i el com, “les claus” solen anomenar-se, de l'assumpte. El que segueix és ben curiós, i és que s'acaba aconseguint cert consens



## DARRERE EL MAGMA INFORMATIU

El llibre *El sentido del rumor. Cuando las redes sociales ganan a las encuestas* (Ediciones Península) analitza en 240 pàgines què hi ha darrere del magma informatiu actual. L'autor, Marc Argemí –soci director de la consultora Sibilare– critica tant als principals mitjans de comunicació com a les xarxes socials, que, tal com diu al llibre, són “l'hàbitat que estava esperant el rumor per recuperar l'hegemonia en el competitiu món de la informació”.



sobre les causes d'aquell succés inesperat, però poques vegades se centra l'atenció en la dada, molt més important i més incontestable, que pot extreure's com a conclusió: la dada segons la qual només hem estat capaços de dibuixar un mapa comprensible quan ja no té utilitat. És com si Messi saltés al camp quan el partit ja ha acabat i el Barça ha perdut per 3 a 0. Absurd, no? Doncs més absurd encara és continuar mantenint la confiança en una manera de lectura de la realitat que –amb comptades excepcions– ha estat tan miop com per no encertar en pràcticament cap dels esdeveniments importants.

## VISCA LA REALITAT!

Amb independència d'aquestes percepcions, i de les converses digitals al voltant de la realitat en què vivim, més o menys encertades en el diagnòstic, potser convé recordar una obvietat: hi ha, malgrat tot, una realitat.

La realitat és l'escenari dels fets i de les persones que es comuniquen. Hi ha una única realitat, tanmateix, l'univers digital ens demostra com mai que no hi ha una sola interpretació, objectiva i unívoca, d'aquesta. La versió que dona cada font és diversa, i la percepció és perfectible i, de

fet, susceptible de millorar o empitjorar a partir de les dades que li arriben en el futur.

El nou context sobre el que estem reflexionant ha comportat una pèrdua de respecte cap als mitjans i la notícia com a producte principal dels intercanvis d'informació. L'única manera de garantir una comunicació profitosa a llarg termini, i un nou fonament sòlid sobre el qual comprendre millor el nostre entorn, és no perdre el respecte a la realitat.

Pot semblar una obvietat reconèixer l'existència d'una sola realitat i de versions oposades de la mateixa com a factor en

## LA CRISI FINANCERA, L'ELECCIÓ DE RATZINGER I DEL PAPA FRANCESC, EL BREXIT O LA VICTÒRIA DE TRUMP EXEMPLIFIQUEN ELS ERRORS DE PRONÒSTIC

l'anàlisi, però no ho és. En realitat, suposa adoptar una postura que rebutja tant l'objectivisme com el subjectivisme: no hi ha una única interpretació de la realitat, ni tantes realitats com individus que la perceben. El coneixement de la realitat que aporta cada persona que la interpreta serà diferent, tot i així, no vol dir ni que

totes tinguin el mateix valor ni que la realitat no existeixi. Cadascú té el seu propi enquadrament –*frame*, en anglès, traduït sovint com a “marc”– del que passa, en canvi, només un arrogant pensaria que el seu abasta la perspectiva completa d'una realitat social.

L'opinió pública és un mercat més o menys obert d'enquadraments diferents en acció, de marcs d'interpretació diversos en competència. No és possible ser objectius.

En aquest diàleg entre enquadraments s'inicia, per contra, el que els sociòlegs qualifiquen com “procés d'objectivació”.

Pel que fa a la sociologia, el professor Salvador Cardús afirma que seria impossible ser objectiu en la mesura que el subjecte investigador

està dins mateix de l'objecte investigat, per la qual cosa no es dona la separació objecte-subjecte de què parteix el concepte clàssic d'objectivitat.

Per aquest motiu, proposa substituir aquesta visió estàtica d'objectivitat per una concepció dinàmica del terme, entesa



obvi que hi ha opinions i hi ha perspectives més encertades que altres. No és el mateix haver vist un accident que haver-te'n assabentat per referències.

L'entorn digital genera un context que ha desbaratat les jerarquies tradicionals de les fonts i ha modificat la unitat bàsica d'informació, de manera que és més difícil que es doni una preponderància d'una visió de la realitat sobre la resta. Sigui com sigui, el mateix que passava abans passa ara: allà fora segueix existint una única realitat. La realitat es converteix, així, en el punt de partida i de referència per a la recerca de noves eines que evitin que ens desorientem massa en aquest mar de dades. La qüestió és que hi ha una realitat que intenta narrar amb més o menys fortuna o amb més o menys honestat.

En la conversa digital i en els mitjans, es pot generar una construcció social del coneixement sobre la realitat, que no és

el mateix que una construcció de la realitat. Dos i dos són quatre, encara que es generi un consens social conforme al qual sumin cinc. I

ja podria arribar un dictador i prohibir que algú gosés afirmar que són cinc, que seguirien sumant quatre. Aquesta consideració ens vacuna contra anàlisis excessivament simplistes de la conversa en xarxes, com deduir que perquè alguna cosa és *trending topic* a Twitter és el més important que està passant. No necessàriament. Un munt d'usuaris s'han posat a comentar una qüestió concreta, aquesta experimenta un creixement com a tema d'actualitat i l'algoritme de Twitter el situa en la llista de temes del dia, i ja està. Ç

com un procés resultat “d'una triple acció: primer, trencar amb el sentit comú ordinari; després, trencar amb la mateixa teoria científica, i en tercer lloc, fer transparent la posició de l'investigador respecte a l'objecte estudiat”.

L'objectivitat desitjada llargament pels mitjans és, per tant, fruit d'una col·laboració de diferents visions —diversos enquadraments de la mateixa realitat— que es verifiquen, es contrasten, es valoren i s'encaixen en un procés dinàmic.

## NARRATIVES SIMPLISTES

Tenint això present, potser convé valorar en la justa mesura l'eficàcia de metodologies concretes per aproximar-se de manera global a la realitat. Són útils,

## L'ÚNICA MANERA DE GARANTIR UNA COMUNICACIÓ PROFITOSA A LLARG TERMINI ÉS NO PERDRE EL RESPECTE A LA REALITAT

però sempre que segueixin donant bons resultats. Perquè, de fet, el respecte a uns criteris formals —com contrastar les fonts, atribuir opinions explícites, donar veu a les diferents parts en conflicte— ajuda a

formar una bona perspectiva, però no és garantia d'objectivitat. I menys en un entorn digital, on encaixar aquestes rutines tradicionals en l'escàs temps disponible

## ANÀLISIS SIMPLISTES DIUEN QUE PERQUÈ ALGUNA COSA ÉS TEMA DEL DIA A TWITTER ÉS EL MÉS IMPORTANT QUE ESTÀ PASSANT. I NO ÉS AIXÍ

—tot és immediat—, i amb tants temes diferents —cal explicar de tot—, es revela enormement complex. Resultaria simplista pensar que es pot ser objectiu. El mateix passa amb les enquestes: es dirigeixen a una societat les narratives polítiques de les quals s'han forjat a partir d'una informació que no és de la mateixa naturalesa que anys enrere, i en molts casos en funció de

certa desinformació conseqüència de consums iatrogènics.

A l'altre extrem, igualment simplista, estaria l'actitud

relativista extrema que nega la possibilitat d'una major qualitat per part de qualsevol determinada visió de la realitat, ja que totes tindrien el mateix valor. El que té el mateix valor són les persones. Amb tot, és

# QUI ESTIMA L'EXTREMA DRETA?

Els mitjans de comunicació, claus en fenòmens com Trump o Le Pen

TEXT ANNA GALDÓN



Seguidors del partit neonazi grec Alba Daurada en una manifestació. Foto: Playground

**Els partits populistes i d'ultradreta ja fa uns anys que guanyen pes polític i arraconen, o si més no planten cara a la política tradicional. En aquest fenomen, hi tenen molt a veure els mitjans de comunicació, que han entrat de ple en el joc d'aquestes formacions i han alimentat, al posar el focus d'atenció en certs personatges, uns moviments que abans eren minoritaris i que no rebien tanta atenció mediàtica. El Brexit o la victòria de Donald Trump conviden a la reflexió d'una professió que s'ha llençat als braços dels titulars fàcils.**

Nit electoral holandesa del 15 de març de 2017. Geert Wilders, líder de la ultradreta del país, racista, euroescèptic i candidat pel Partit de la Llibertat, apareix davant dels mitjans per acceptar la derrota i assegurar que “farà una oposició implacable”. Amb unes previsions que el feien guanyador i que li havien arribat a atorgar més d'una trentena d'escons (partia de dotze), l'ultradretà es conformava amb la vintena, content, deia, d'haver quedat segona força.

Unes declaracions calmades que contrastaven amb els titulars quasi eufòrics dels mitjans de la resta d'Europa, on se succeïen expressions que parlaven de com Holanda havia “frenat” la ultradreta o sobre com Brussel·les “respirava tranquil·la”. Els mateixos mitjans que durant l'últim any havien fet gran la figura de Wilders cobrint cada un dels seus passos i magnificant cada una de les sortides de to, ara feien un pas enrere per parlar de derrota de la xenofòbia i triomf de la llibertat.

“Primer es va avivar la por amplificant la tirada de Wilders –analitza en relació

als comicis el periodista de *Público*, José Vicente Barcia– per després buscar com a alternativa un partit conservador i, finalment, traslladar al carrer la victòria de la dreta moderada com una victòria de la llibertat”. “Ara bé, dir que les eleccions holandeses frenen el populisme és un insult a la intel·ligència”, afegeix.

## PROPAGACIÓ DEL FENOMEN

I és que, amb una estranya combinació entre por, respecte, admiració i fascinació, els mitjans d'arreu estan col·laborant a engrandir, fins i tot a sobredimensionar, les expectatives electorals dels partits

## GRÀCIES A LA POR, LA FASCINACIÓ I EL RESPECTE, ELS MITJANS ENGRANDEIXEN LES EXPECTATIVES DELS PARTITS POPULISTES I D'EXTREMA DRETA

populistes i d'extrema dreta. I, tot i no guanyar, discursos i accions xenòfobes com les de l'UKIP a Gran Bretanya durant el Brexit o les de Geert Wilders a Holanda

estan calant en una societat occidental faltada de líders i de propostes noves. I estan omplint tots els titulars possibles amb declaracions escandaloses, accions no políticament correctes o afirmacions que inciten a l'odi i ratllen la il·legalitat en una Europa que ja sembla haver oblidat la seva història més recent.

Sense anar més lluny, el citat líder de l'extrema dreta holandesa va passar per un procés judicial per haver incitat a l'odi durant un dels mítings. I no és l'únic. El francès Jean-Marie Le Pen –pare de l'actual líder del Front National, partit que ell mateix va fundar i encapçalar– creu que els camps de concentració nazis van ser “un detall” de la història; els líders grecs d'Alba Daurada utilitzen un logo-esvàstica; a

Itàlia el partit Força Nova es declara neofeixista i ha realitzat campanyes públiques contra l'homosexualitat; els dirigents d'Alternativa per Alemanya proposen que



## LA CONSTATAció DEL BLUF

Tot i l'àmplia cobertura mediàtica rebuda per Marine Le Pen abans de la primera volta de les eleccions franceses, els resultats no van ser els esperats. Amb un caire molt diferent, la majoria de mitjans van començar a encarar la segona volta amb titulars que distaven molt dels utilitzats les setmanes anteriors.

Afirmaven que el partit “no trobava el seu rumb”, “estava fracturat internament” i que no hi havia “un missatge unificat”. Alguns fins i tot destacaven com la proposta de treure França de l'euro havia “desaparegut del mapa”.

Des de París, per exemple, Silvia Ayuso, corresponsal d'*El País*, escrivia: “Fa setmanes que el somriure de Marine Le Pen és forçat.” A poc a poc, les incongruències que abans havien omplert les capçaleres d'arreu es cobrien ara amb escarni, i el personatge dequeia en popularitat.

El portal nord-americà *BuzzFeed* va realitzar un dels exercicis més interessants al constatar que un de cada cinc aspirants a diputat havia fet bromes, mencions o comentaris racistes, antisemites, islamòfobs i/o homòfobs. Tot i venir després de la primera volta, l'anàlisi desmuntava la imatge de Le Pen i demostrava el canvi de rumb dels mitjans respecte de la cobertura dels comicis.

s'utilitzin armes de foc a la frontera per evitar l'entrada de refugiats; a Finlàndia, s'ha expulsat el diputat James Hirvisaari després que se'l fotografiés als passadissos del Parlament saludant un company amb la salutació nazi; els membres del Partit Croata del Drets Purs han profanat

## "L'ATENCIó DEDICADA A LE PEN, WILDERS O MICHALOLIAKOS HA ENFORTIT L'EXTREMA DRETA EUROPEA" Higini Polo, doctor en Història Contemporània

monuments dedicats a les víctimes de l'Holocaust i a Hongria la tercera força del país, Jobbik, ha proposat la creació de camps d'internament per posar-hi la població gitana.

“L'atenció dedicada a Le Pen, Wilders, Frauke Petry, Timo Soini o Michaloliakos, per no parlar de Kaczyński o Orbán, ha enfortit l'extrema dreta europea”, assegura Higini Polo, expert i doctor en Història Contemporània, qui creu que els mitjans de comunicació, amb el desig d'aconseguir notícies i històries que captin l'atenció del gran públic, “han conreat inevitablement el sensacionalisme, la histèria i els escàndols polítics”.

## PERDUTS EN EL NOU PARADIGMA

En contra de la globalització, l'euro, la immigració o la UE, i amb un discurs populista molt similar al del nord-americà Donald Trump, fa més de mitja dècada que la presidenta del Front National, Marine Le Pen, intenta netejar la cara al partit francès d'ultradreta. I just abans de la primera volta de les legislatives fran-

ceses, els mitjans afirmaven que ho havia aconseguit.

Igual que Trump durant la polèmica campanya presidencial, les capçaleres asseguraven que Le Pen havia mobilitzat des dels aturats al sector obrer de baixos

ingressos, així com els més joves. I creien que havia assolit una moderació que la feia guanyadora. Els resultats de la primera volta van

acabar amb aquestes estadístiques sobredimensionades i la cobertura de la segona volta (a on Macron es va imposar amb majoria absoluta) va ser molt més realista, ajustada i mesurada. Però, igual que als EUA de Trump, la figura de Le Pen ja n'havia sortit reforçada.

I, igual que va fer el president nord-americà, l'estratègia per aconseguir aquesta imatge va tenir un escenari clau: les xarxes socials. Amb l'objectiu de tenir una “relació amb els francesos directa i sense filtres” —en paraules del director de campanya de Marine Le Pen, David Rachtline—, la líder francesa va aconseguir el mateix que la majoria de líders d'extrema dreta: donar una imatge de confrontació amb els mitjans generalistes per, a la vegaada, beneficiar-se'n.

Així, com ja va passar el 2016 als Estats Units, les grans capçaleres, perdudes en un canvi de paradigma que no entenen, no van saber reaccionar. Per a Damian Thompson, autor de *Los nuevos charlatanes* (Editorial Crítica, 2009), això s'explica perquè vivim en un moment en el qual



## UNA ARMA DE DOBLE TALL

George Lincoln Rockwell, fundador i dirigent del Partit Nazi Americà va arribar a ser una figura carismàtica entre els anys 50 i 60. Els coneixements de lideratge –havia estat militar–, però també d’oratória i publicitat, el van dur a entendre ràpidament que la millor manera de sortir a la premsa era que parlessin d’ell... que fos per bé o per mal ja era una cosa secundària.

Es va fer famós amb un fet tan senzill com penjar una enorme bandera amb l’escòcia a casa seva, a la vista de tot el veïnat. Així va començar. Va fer servir la provocació com a esquer d’uns mitjans de comunicació que hi van caure de quatre potes.

Un cas similar és el que va passar amb la grega Alba Daurada. El partit va comptar amb el suport d’alguns periodistes afins que van tenir un paper clau per blanquejar-ne el discurs, encara que també amb d’altres que per ignorància o indiferència van tirar de la banalització d’aquest partit neonazi. Els líders d’Alba Daurada van acabar apareixent tant als magazins televisius com a la premsa del cor.

En aquesta línia, aquí en tenim un cas ben proper: Josep Anglada, líder de Plataforma per Catalunya. La sobreexposició mediàtica i la manca de

criteri per discernir entre propaganda i periodisme va fer créixer el fenomen Anglada amb sucosos rèdits electorals per a PxC. Programes, debats, entrevistes i cobertures mediàtiques sense cap sentit van ajudar a popularitzar aquesta formació xenòfoba.

Però alerta: això no vol dir, com han malentès alguns periodistes, que parlar de l’extrema dreta des dels mitjans sigui el mateix que fer-ne propaganda. Tot al contrari, el que cal és fer periodisme. Amb tot, aquest és el gran problema dels mitjans de comunicació, ja que molts són incapaços de fer periodisme per la senzilla raó que no tenen ni la més petita idea de què és, com s’estructura i quins discursos fa servir la nova extrema dreta. Només amb professionals preparats i formats en aquest tema es podran contrarestar les consignes d’una ultradreta que arrossega milions de vots arreu d’Europa i que triomfa ben a prop nostre. Instruïu-vos, perquè és l’única manera de fer periodisme de qualitat.

### Jordi Borràs

Fotoperiodista, autor dels llibres *Plus Ultra. Una crònica gràfica de l’espanyolisme a Catalunya* (Editorial Pol·len, 2015) i *Desmuntant Societat Civil Catalana* (Editorial Saldonar, 2015).

“idees que abans no haurien tingut volada ara es comparteixen en xarxes i són acceptades per les persones cultes de la societat”. Una estratègia, apunta, sense ètica, però “molt efectiva”.

Per al catedràtic de Periodisme de la Universitat Carlos III, Carlos Elías, fins ara els mitjans “creaven climes d’opinió i establien què era políticament correcte, però això ha canviat”. Actualment, els mateixos polítics són mitjans de masses. Quan Trump va guanyar les eleccions comptava amb 13,5 milions de seguidors a Twitter i va superar el rotatiu més influent del món, *The Wall Street Journal*. Per tant, “és el president nord-americà una font d’informació o un mitjà de comunicació de masses en si mateix?”, es pregunta. I aquí no tenim en compte que, segons alguns estudis, durant la campanya electoral, Trump va tenir una cobertura mediàtica que, si l’hagués hagut de pagar a preu de publicitat, li hauria costat 4.000 milions de dòlars. Tota una ganga.

## L’HUMOR PLANTA CARA

La informació es propaga avui per Viquipèdia o pels canals i murs de les xarxes socials. Llocs on les *fake news*, pronunciades sovint pels mateixos líders populistes i polèmics, campen sense cap mena de fre. I els únics que semblen haver trobat la fórmula per a desacreditar-los són els encarregats de fer humor als mitjans nord-americans.

Periodistes satírics com John Oliver o programes com *Saturday Night Live* estan fent pensar una audiència que demana una crítica més àcida i real de l’actualitat. Per a Sophia McClennen, coautora del



Simpatitzants de Plataforma per Catalunya, partit amb representació política a diferents ajuntaments. Foto: Jordi Borràs.

## EL MILLOR DEL TRIMESTRE

Aquest article ha estat considerat el millor dels publicats al *Report.cat* -setmanari d'anàlisi de periodisme i comunicació del Col·legi de Periodistes de Catalunya dirigit, sobretot, als col·legiats joves- durant el trimestre abril-juny de 2017. Cada tres mesos un jurat atorga les beques Ferrer i Eguizábal que premien els cinc treballs més ben elaborats d'aquest portal durant aquest període. El millor es publica a CAPÇALERA.

llibre *Is Satire Saving Our Nation?*, els mitjans tradicionals es prenen massa seriosament les absurditats d'aquesta mena de personatges. "Molts creuen que el perio-

"ELS MITJANS CREAVEN CLIMES D'OPINIÓ I ESTABLIEEN QUÈ ERA POLÍTICAMENT CORRECTE, PERÒ AIXÒ ARA HA CANVIAT" Carlos Elías, Universitat Carlos III

disme ha de mostrar totes les cares d'una història, si bé el que ha de fer és explicar la veritat. I, avui en dia, buscar la veritat és força divertit, perquè les mentides i bestieses són tan absurdes... que no pots evitar riure. Aquí és on el periodisme de sempre s'ha d'adaptar", assegura.

Per exemple, en vídeos que es viralitzen fàcilment al cap de poques hores de ser emesos, periodistes i humoristes que ridiculitzen i posen en dubte de manera contrastada i brillant el que diuen els polítics i el que cobreixen puntualment els diferents mitjans de comunicació.

Un mirall i una crítica que han de trobar també el seu lloc dins el món del periodisme tradicional per donar, així, a l'audiència el que demana. En cas de no fer-ho, segurament el públic virarà cada cop més cap a l'únic reducte de pensament crític: el de l'humor i la sàtira política. Ç



# GEN SUMMIT LISBON 2018

**30 May to 1 June**

**Save the date!**

**GEN Summit 2018, 30 May to 1 June  
at Pátio da Galé, on Praça do Comércio,  
Lisbon, Portugal**

After the success of the previous GEN Summit in Hong Kong, Paris, Barcelona and Vienna, The Global Editors Network is set to hold its annual conference in Lisbon in 2018 and 2019.

Join more than 750 editors-in-chief, senior executives and media innovators coming from over 70 countries for the three-day conference.

The GEN Summit 2017 saw many illustrious speakers: among them Martin Baron - The Washington Post, Amy Webb - The Future Today Institute, Campbell Brown - Facebook, Ben Smith - BuzzFeed, Timothy Garton Ash - Oxford University and many more.

The GEN Summit 2018 Speakers line-up will be unveiled in November 2017.

The Global Editors Network is the leading organisation for editors-in-chief and senior news executives worldwide. We are committed to media innovation and sustainable journalism, empowering newsrooms through a variety of programmes designed to inspire, connect and share.

## Contact

**Bertrand Pecquerie,**  
CEO, [bpecquerie@globaleditorsnetwork.org](mailto:bpecquerie@globaleditorsnetwork.org)

**Catarina Falcão,**  
Conference Manager, [cfalcao@globaleditorsnetwork.org](mailto:cfalcao@globaleditorsnetwork.org)

[gensummit.org](http://gensummit.org)



*Dossier*  
*Congrés Mundial d'Editors*



# MÉS ENLLÀ DE TECNOLOGIES I FORMATS

El contingut de qualitat i la confiança en el mitjà  
marquen la diferència en un escenari organitzat per  
la intel·ligència artificial i els algorismes

Un total de 750 directors de diaris, responsables d'innovació de mitjans de comunicació hegemònics i emergents, periodistes inquiets i experts en les darreres tecnologies de la comunicació de seixanta-cinc països es van reunir el juny a Viena en la VI Edició del Global Editors Network Summit. Un congrés en què cada any s'incorporen els nous mitjans que han trencat motlles i en què els tradicionals intenten esbrinar com recuperar lectors, fer que paguin pel contingut i com seguir sent referents. El Col·legi de Periodistes de Catalunya hi va participar, i aquí en resumim les principals conclusions.



TEXT TERESA TURIERA  
FOTOS DOSSIER RAINER MIRAU / GEN

Si a les darreres edicions els debats es focalitzaven en la transició del paper i l'analògic al digital, de com seguir essent visibles i atractius en un oceà de continguts gratuïts, i de la relació d'amor-odi amb les grans plataformes d'Internet, el GEN Summit de 2017 –que va tenir lloc a Viena entre el 21 i el 23 de juny sota el lema “De la postveritat a la realitat virtual: navegant en el futur dels mitjans”– va tenir com a eix central la paraula *confiança*: com garantir la veracitat del que expliquem; com reivindicar amb noves eines els principis més bàsics del periodisme ben fet; com fer que els ciutadans percebessin la diversitat i qualitat de mitjans com un element fonamental i imprescindible per a viure en democràcia.

Ho esmentava ja d'entrada Peter Bale, president del GEN i fins fa poc director del Centre for Public Integrity, amb seu a Washington: “S’ha vist amb l’elecció de Trump als EUA, amb el vot del Brexit al Regne Unit o a les eleccions presidencials franceses: la desinformació, la propagació de mentides, la propaganda en forma de notícies. L’ús deliberat de la desinforma-

ció fa dubtar i minar els fets, la ciència i les nostres institucions”.

No en va, l'historiador Timothy Garton Ash, autor del llibre *Free Speech (Libertat de paraula*, Tusquets 2017) es preguntava si estem perdent els mitjans de co-

## EL CONGRÉS VA TENIR COM A EIX CENTRAL LA PARAULA *CONFIANÇA*: COM GARANTIR LA VERACITAT DEL QUE EXPLIQUEM

municació que necessita una societat democràtica. “No són les *fake news* (notícies falses) les que han impulsat la carrera de Donald Trump cap a la Casa Blanca, sinó més aviat les *Fox news*, o les ‘cambres de ressonància’ creades per mitjans que només generen informació manipulada amb un objectiu molt concret. Una de les tasques actuals dels periodistes és trencar aquestes ‘cambres de reverberació de notícies’ explicant els fets amb la màxima transparència i comprovant amb diverses fonts tot allò que fins i tot els canals oficials donen per vàlid”, afirmava.

Què fa una persona quan s’ofega?, es preguntava Garton Ash. Gesticular! Això és el que fan molts mitjans en l’actualitat, ofegats per la manca d’un model de negoci sòlid en un entorn emmarcat d’informació i entreteniment gratuïts: exagerar-ne els continguts per tal de ser vistos, amb més sensacionalisme i menys periodisme d’investigació, massa costós per treure’n un rendiment immediat.

Això passa mentre les xarxes socials o superpoders com Facebook, Google o Twitter alimenten les “bombolles de mires estretes” on la gent ja només s’informa d’allò que vol sentir o que vol creure.

Cal fer un nou contracte de confiança entre els periodistes i el públic, assegurava Garton Ash esmentant George Orwell quan, al final del seu llibre *Homenatge a Catalunya* adverteix que el seu relat sobre la Guerra Civil espanyola és parcial, i demana al lector que no se’l cregui del tot. Per això Orwell és creïble!, subratllava.



Un assistent al congrés grava amb el seu telèfon mòbil part de la xerrada de Martin Baron, editor en cap del *Washington Post*.

## CREURE FALSEDATS

“El periodisme és un negoci, però darrere hi ha quelcom més important: la missió d’explicar el que passa de la manera més completa possible als ciutadans. La

“L’ÚS DELIBERAT DE LA DESINFORMACIÓ FA DUBTAR I MINAR ELS FETS, LA CIÈNCIA I LES NOSTRES INSTITUCIONS” Peter Bale, president del GEN

nostra brúixola ha de ser un periodisme que fa que les institucions i les persones poderoses siguin responsables dels seus actes”. Ho va dir Martin Baron, editor en

cap del *Washington Post*, segons el qual la “guerra” de Trump contra els principals mitjans nord-americans per minar-ne la credibilitat ha provocat un augment de les subscripcions i un clam dels lectors perquè es dediquin més recursos al periodisme d’investigació.

“El públic no ens perdonarà que no expliquem la veritat

de manera contundent. Però ara sabem que, a més d’un incentiu moral de fer bon periodisme, hi ha l’incentiu econòmic”, va afirmar.

“Quan Trump pretén obstruir informacions comprometedores no només obstaculitza la premsa, sinó també el públic que té dret a saber què fa i com es gasta els diners el seu govern. Però ara ens enfrontem a un repte encara més gran que el d’un president hostil: la propagació de falsedats deliberades i teories de la conspiració per part de nous mitjans de comunicació. Molta gent creu aquestes falsedats, i això està tenint un efecte corrosiu”, va assegurar Baron.

Com podem tenir una societat civil forta si no som capaços d’acceptar fets bàsics i contrastats? El periodisme legítim com-

## ATENTS A LES XARXES

Martin Baron insisteix a dir que el periodisme de qualitat no està renyit amb una ràpida adaptació al món digital, tal com ha fet el diari més antic de Washington des que, el 2013, va ser comprat pel fundador d'Amazon, Jeff Bezos. Aquest va demanar a la redacció que sortís de les convencions de la indústria, i s'obrí a nous enfocaments periodístics, com ara contrastar i desenvolupar notícies originades a les xarxes socials. "Això va provocar certa angoixa a la redacció —reconeix Baron—, si bé, a llarg termini, va suposar un canvi positiu en la manera de treballar".

El *Washington Post* va crear un equip dedicat a rastrejar històries que començaven a provocar converses a les xarxes socials o que havien passat desapercebudes per la redacció; van canviar el flux de publicació de les notícies per poder oferir informació en línia a les hores que la gent ho està buscant, i no pensant en edicions

petirà amb èxit contra les mentides que es difonen a una velocitat sorprenent a través de les xarxes socials?, es preguntava Baron.

"HAUREM DE PUBLICAR DOCUMENTS ORIGINALS, LES NOSTRES FONTS, SER MÉS TRANSPARENTS"

Martin Baron, *Washington Post*

I va afegir: "Avui, encara no ho podem dir, i és una tasca essencial de tota la societat l'alfabetització informativa, especialment dels més joves. Hem d'ajudar-los a desen-

volupar habilitats de pensament crític per avaluar els milers de fonts que els proporcionen informació. També hauríem de canviar algunes de les nostres maneres de treballar, els lectors han de saber més sobre la nostra experiència i la nostra expertesa: haurem de publicar documents originals, les nostres fonts d'informació, ser més transparents sobre el que sabem i com ho sabem, o el que encara estem intentant esbrinar."



L'historiador Timothy Garton Ash va criticar la manca d'un model de negoci de molts mitjans que s'han venut al sensacionalisme.





## DOS MÉS DOS NO SÓN QUATRE

Les notícies falses o *fake news* han estat les grans protagonistes de la cimera d'enguany del GEN Summit. Una edició que, tot i això, tenia Facebook com a principal patrocinador, el gegant que tothom apunta com el gran disseminador d'aquest tipus d'informacions. Ara bé, ens creiem de debò que les tecnològiques han encetat una croada contra la falsa informació? Per ser rellevant i viure econòmicament de la Xarxa cal treballar dur perquè l'experiència d'usuari sigui satisfactòria. És a dir, com més plaent sigui l'estona invertida en un determinat entorn, més garanties hi ha que l'usuari torni. Llavors, com es conjuga la lluita contra les notícies falses si alhora es vol entregar a l'usuari allò que espera escoltar? És indubtable que el periodisme està obligat a conviure amb les grans tecnològiques però, si els entreguem la nostra ànima, ens fagocitaran. Intel·ligència artificial, realitat virtual, *chatbots*, mètriques i retorn econòmic són temes que també han inspirat aquesta edició. Una cita que, tanmateix, ha oblidat una important disciplina: el periodisme mòbil. Potser perquè són gent de premsa o perquè en alguns casos, encara no han assimilat que el periodisme d'avui, ja no és escrit, escoltat o vist. El periodisme d'avui ho conjuga tot i és eminentment audiovisual.

### Pipo Serrano

Periodista, expert en MoJo (Mobile Journalism) i director d'Estratègia digital del Grup Broadcaster. Autor de *La transformació digital de una redacció y el periodismo móvil* (Editorial UOC)

determinades. Un sistema d'alarmes automàtiques avisa constantment els periodistes sobre l'hora òptima a la qual han de ser publicades les notícies, i un software va indicant en temps real els titulars que més atenció reben per part del públic: "Els titulars han de ser acurats i exactes, encara que redactats de manera atractiva, que tinguin èxit per si sols en el món de les xarxes socials".

## EVOLUCIÓ TECNOLÒGICA

La redacció de *The Washington Post* va incorporar també experts en la difusió de notícies a les xarxes socials i en com utilitzar les xarxes per a l'elaboració de la informació.

"Ens estem concentrant no només a Facebook, Twitter i Google, sinó a altres racons menys evidents. El nostre objectiu és estar a tot arreu, allà on les persones estan consumint informació. Enguany, hem llançat el *Washington Post* al canal

## DES DE GOOGLE, VAN EXPLICAR QUE TREBALLEN PERQUÈ EL RESULTAT DELS ALGORITMES INCLOGUI TAMBÉ CRITERIS DE FIABILITAT

Discovery de Snapchat, i estem mirant com podem participar més plenament a Amazon Echo i Google Home i, posteriorment, al nou dispositiu d'Apple. Les noves plataformes ens exigeixen no només moure'ns ràpidament, sinó també pensar de manera diferent sobre com oferim notícies i informació. No són només canals de distribució, sinó que hem de personalitzar el nostre periodisme per a cada nova plataforma" va assegurar Baron.

Un altre dels canvis implementats és incorporar peces de vídeo a totes les notícies on sigui possible, ja sigui de tipus documental o una senzilla animació de dos o tres minuts de durada. Segons el seu director, la inversió més important, aquest any 2017, ha estat augmentar fins a seixanta persones la plantilla de professionals que formen part de l'equip de vídeo del diari.

L'editor en cap del *Washington Post* va explicar clarament que el diari evoluciona cap a una empresa tecnològica, tot i que

continua sent una empresa de periodisme. Què vol dir, doncs, això?

"Que els tecnòlegs i enginyers són

clau a la nostra organització: no només a l'hora d'oferir suport als periodistes o al departament comercial, sinó també com a força creativa que impulsa el creixement del diari. Els enginyers ens ajuden a fer que, a través dels algoritmes i recomanacions automàtiques, cap lector no es perdi una informació que li pugui interessar i, a més, accedeixi a una segona o tercera notícia que li hàgim recomanat gràcies al *Big Data*."



Més de set-cents assistents de seixanta-quatre països es van reunir al juny a Viena per conèixer l'evolució i novetats del sector.

El *Washington Post* s'ha convertit ja en un proveïdor de tecnologies de la informació a organitzacions com *Los Angeles Times* o *The Chicago Tribune*, entre altres. “Estem experimentant intensament per impulsar el trànsit a les nostres edicions digitals, aprofundir en el compromís dels lectors, fomentar la fidelització, augmentar les subscripcions i posicionar-nos com a líder en tecnologia”, va explicar Baron.

## REALITATS ALTERNATIVES

També Richard Gingras, vicepresident de Google News recordava que Internet ho ha canviat tot i Google ha ajudat a organitzar-ho i a trobar ràpidament el coneixement, però el Web no hauria

evolucionat sense la llibertat d'expressió. “Sempre trobarem a la Xarxa coses que no ens agraden, i això és un repte a la percepció de com som i com percebem els que pensen diferent. Els mitjans de comunicació tradicionals competeixen ara braç a braç amb experts d'una determinada àrea de coneixement, encara que també amb apassionats d'un tema o advocats d'una causa. I això fa que ens trobem davant d'un escenari de múltiples sitges de realitats alternatives”, va assegurar el vicepresident de Google News.

Gingras va explicar que des de la seva empresa treballen perquè el resultat dels algorismes que fan possibles les cerques inclogui també “criteris de fiabilitat, que

permetin millorar la salut de l'ecosistema d'informació i escurçar distàncies en aquesta gran esletxa entre el pensament racional i l'irracional”.

“Els mitjans de comunicació –va concloure– han d'oferir eines als ciutadans per tal que puguin exercir com a tal i exigir responsabilitats als governants, a les empreses, a les institucions”.

Molta feina des de diferents àmbits, doncs, per als mitjans. Caldrà estar atents a com evolucionen les coses. La propera cimera del Global Editors Network, en què es coneixeran les següents novetats, se celebrarà a Lisboa del 30 de maig a l'1 de juny de 2018. Ç

*Dossier*  
*Congrés Mundial d'Editors*

§

# L'AUDIÈNCIA DESCONFIA

Un 29% dels ciutadans fugen de les notícies  
i quasi la meitat les posa en dubte

La darrera edició del prestigiós informe Digital News Report –l'enquesta sobre informació més gran del món– que es va presentar al GEN Summit de Viena presenta novetats, moltes de negatives per al sector. A grans trets, podem dir que cada cop més gent desconfia dels mitjans de comunicació, quasi una tercera part dels enquestats evita consumir informació i la predisposició a pagar per informació en línia segueix estancada. Les dades positives provenen del mòbil, en què els mitjans poden trobar una possibilitat de reforçar-ne la marca.



TEXT ADRIÁN CABALLERO

*Baby-boom*, X, mil·lennista... Sigui quina sigui la generació, la societat actual és testimoni d'una important bretxa entre totes. Si les darreres eleccions als Estats Units, França i Regne Unit ho van deixar palès a nivell polític, l'informe Digital News Report 2017, presentat durant el GEN Summit de Viena, el passat mes de juny, va confirmar que aquesta diferència entre la joventut i la veterania s'ha traslladat a la confiança, el món digital i el consum de notícies.

Ara bé, ja no es tracta només de grans diferències entre adolescents i sèniors. L'informe, editat pel Reuters Institute de la Universitat d'Oxford, apunta clares diferències en el consum de notícies i els hàbits digitals entre els més joves de 35 i el més grans de 45. Si els mitjans en línia ja s'han confirmat com la principal font

## ELS HÀBITS DE CONSUM CADA COP SÓN MÉS DIFERENTS ENTRE ELS MENORS DE 35 ANYS I ELS MÉS GRANS DE 45

d'informació per als primers, la televisió continua sent-ho per als segons. Dins el món digital, també es troben diferències: mentre un 65% de les visites a diaris digitals provenen de fonts indirectes –cerques, xarxes socials, alertes mòbils, etc.–, en el cas dels que tenen menys de 35 anys el percentatge puja fins a un 73%.

La bretxa generacional, però, no és l'únic titular que deixa l'edició d'enguany de la que és, segons David Levy, director del Reuters Institute, "l'enquesta sobre informació més gran del món". Malgrat les di-

ferències entre els 36 estats analitzats –amb un total de més de 70.000 enquestes en línia–, es pot parlar d'una greu davallada de confiança de la societat en els mitjans de comunicació.

Als Estats Units, només un 38% de la població assegura creure's les notícies dels mitjans de comunicació. Al Regne Unit n'és un 43% –set punts menys que el 2016–, mentre que a Alemanya és un 50% i a França un 30%. La disparitat, consideren els editors de l'informe, es deu al context polític, social i econòmic que viuen cadascun d'aquests països. Amb tot, el que és encara

més preocupant per a aquests editors és la polarització que es dona entre la confiança que cada usuari té en els mitjans en general i la confiança en els mitjans que consumeix.

Per exemple, als Estats Units la confiança puja 15 punts (fins un 53%) si es tracta de mitjans de confiança. I no és un cas excepcional, ja que aquesta polarització es repeteix al Regne Unit, així com a França o Hongria, entre altres països. "Estem molt interessats a saber què hi ha darrere d'això", expressava durant la presentació

de l'informe Nic Newman, investigador associat del Reuters Institute.

En aquest sentit, a Espanya la situació no és tan alarmant. Amb un 51% de confiança en els mitjans, és el cinquè país en aquesta classificació i pot presumir de no patir tanta polarització com altres. Aquesta confiança, tanmateix, no es deixa notar en la predisposició a pagar per informar-se a Internet. Espanya, com la resta de països, es manté estable, encara que en nivells baixos perquè només un 9% dels enquestats paga per consumir informació en línia.

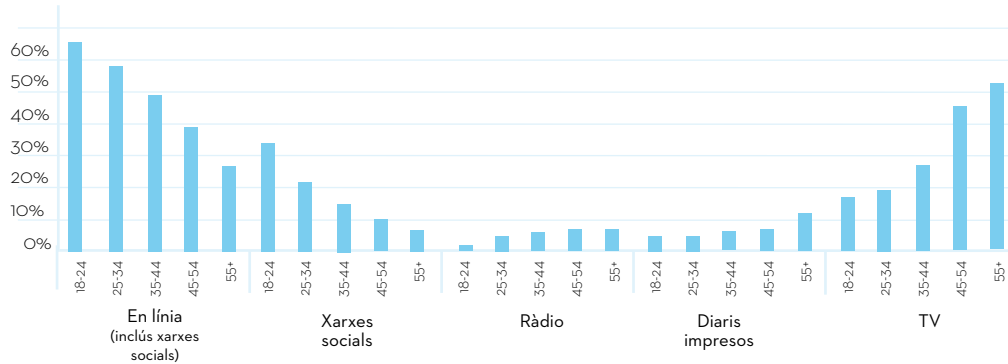
Malgrat que la dada pot semblar preocupant, un dels responsables de l'informe a l'estat espanyol, Alfonso Vara, la contextualitza afirmant que en realitat "a Espanya mai s'ha pagat molt per la informació" i recorda que, l'any 2004, quan la difusió de diaris en paper va arribar al seu màxim



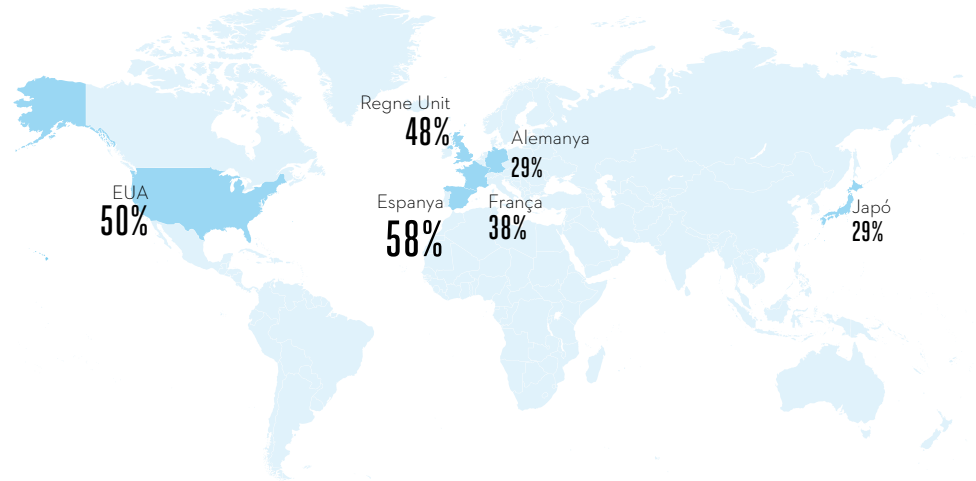
# RETRAT DEL CONSUM INFORMATIU

## AL MÓN

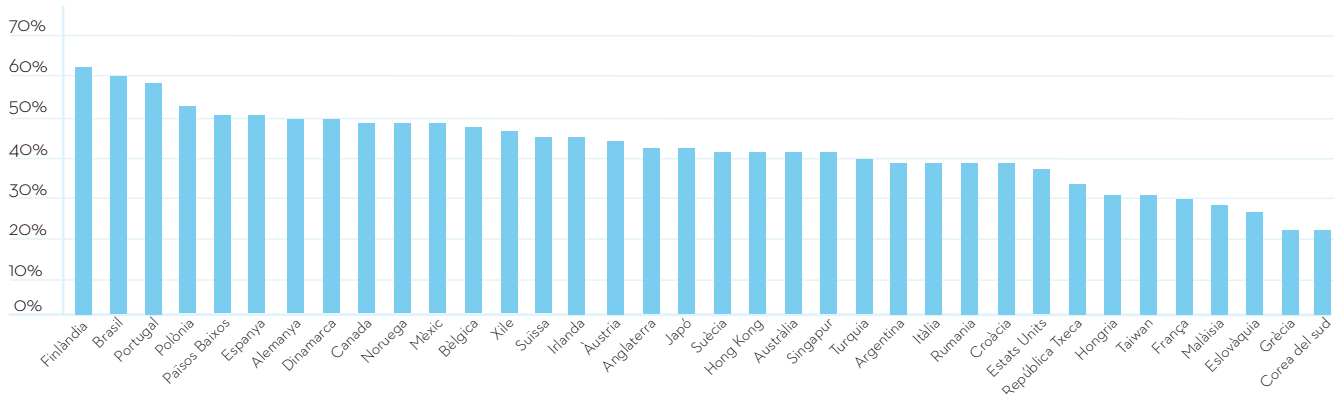
### Principal font de consum d'informació



### Xarxes socials com a font d'informació



### Confiança en els mitjans de notícies



### Llocs més populars per consultar notícies als smartphones



Al llit

**46%**



Al transport públic

**42%**



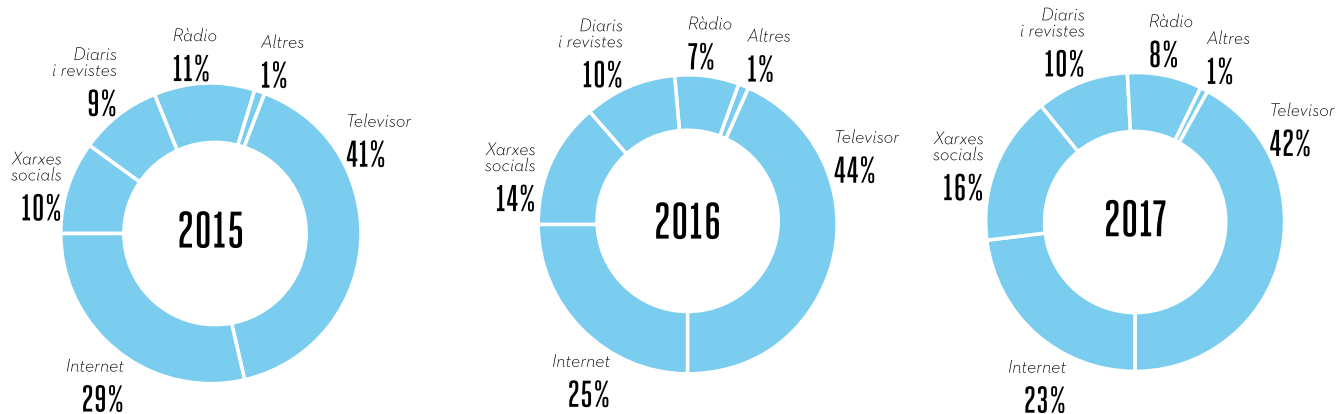
Al bany

**32%**



## A ESPANYA

### Tipus de mitjà preferit per informar-se



### Interès en les notícies, segons siguin "dures" o "lleugeres"

INTERÈS EN TEMES	Icones de persones		Icones de parella		Icones de xarxes socials		TOTAL
	Home	Muller	-45 anys	+45 anys	f	t	
+ En notícies dures <sup>1</sup>	83%	77%	74%	84%	80%	82%	79,5%
Dures i lleugeres per =	5%	6%	7%	4%	5%	5%	5,5%
+ En notícies lleugeres <sup>2</sup>	12%	17%	19%	12%	16%	14%	15%

1. Temes durs: Internacional, Política, Temes autonòmics i locals, Economia, Ciència i Tecnologia, Successos i Sanitat i Educació

2. Lleugers: Famosos, Estils de vida, Curiositats, Art i Cultura, Esports

Font de tots els gràfics: Digital News Report 2017 - Reuters Institute

històric, “només un 10% de la població pagava per informar-se”.

Per a aquest catedràtic de Periodisme a la Universitat de Navarra, doncs, “Internet no ha canviat la tendència”. Només un país ha vist créixer de manera substancial el nombre de subscriptors en línia: Estats Units. És el que l’informe defineix com la “sacsejada Donald Trump”, que ha provocat que el país nord-americà hagi incrementat fins a un 7% el nombre de ciutadans que paguen per informar-se a la Xarxa.

## FUGINT DE LES NOTÍCIES

L’informe d’enguany també apunta un altre factor que destaca respecte d’edicions anteriors. Cada cop més gent declara

## UN 29% DE LA POBLACIÓ FUIG DE LES NOTÍCIES. LA MEITAT HO ARGUMENTA DIENT QUE INFLUEIXEN EN EL SEU ESTAT D’ÀNIM

que, literalment, fuig d’estar informat. Un 29% de la població enquestada admet evitar sovint o a vegades les notícies. El que més sorprèn investigadors com Vara són les raons per escapar de la informació. “A Espanya, un 37% ho fa perquè pot influir negativament en el seu estat d’ànima”, comenta aquest expert sense amagar la sorpresa. A nivell mundial, aquest argument és defensat per un 48% dels qui eviten la informació diària. La segona raó per escapar de les notícies és que “el ciutadà sent que no pot fer res per evitar-ho” (32% a Espanya), mentre que la desconfiança en els mitjans és la tercera (29%).

La cofundadora i periodista de l’empresa de mitjans Vox Media, Melissa Bell, es pregunta com el periodisme ha arribat a aquesta situació de desconfiança i evasió per part de la societat. En un article dins l’informe –titulat “Hem trencat els mitjans de notícies, com els podem arreglar?”–, aquesta periodista critica que la professió “es va creure posseïdora de

la veritat en comptes de cercadora de la veritat”. Bell creu que fins ara “s’utilitzava el ‘criteri editorial’ com a codi per ‘al que nosaltres creiem que és important i pensem que has de saber’”, fet que, segons ella, li ha valgut al periodisme actual aquest distanciament amb la població.

Així, Bell lamenta que tenim “una indústria mediàtica trencada perquè vam trencar la confiança amb l’audiència”.

## XARXES I MÒBIL

L’any 2017, es pot definir a nivell de xarxes socials com el de l’estabilització, en ser aquest el primer en el qual el consum de notícies no augmenta. Si bé només als Estats Units i el Regne Unit s’incrementa el nombre d’usuaris que utilitzen les xarxes socials com a principal eina d’informació, a la resta de països la xifra s’estanca o baixa lleugerament.

## "TENIM UNA INDÚSTRIA MEDIÀTICA TRENCADA PERQUÈ VAM TRENCAR LA CONFIANÇA AMB L’AUDIÈNCIA" Melissa Bell, Vox Media

Espanya, on l’ús es redueix dos punts percentuals, continua sent un dels països en què més informació és consumeix via xarxes socials. “La situació a Espanya s’explica per l’alta penetració de l’*smartphone* entre la població. Hi ha més telèfons mòbils que habitants”, argumenta Vara.

Aquesta explicació podria estar lligada també al fet que a Espanya, com a la resta del món, creix de manera notable l’ús dels dispositius mòbils per consumir informació. En alguns indrets, l’ús d’aquest tipus de dispositius ja supera el de l’ordinador. Com a curiositat, els editors del Digital News Report han destacat que els llocs

on la gent prefereix llegir les notícies al seu *smartphone* són, per aquest ordre, el lilit (46%), el transport públic (42%) i el bany (32%).

El que també ha patit un increment destacat és l’ús de les aplicacions mòbils dels mitjans com a font d’informació. “En això té molt a veure la política que segueixen els diferents grups mediàtics, recomanant a la capçalera que et descarreguis la seva



La manera de consumir la informació va centrar moltes de les ponències del congrés. A la imatge, assistents a la trobada.

app”, explica Vara. “Correu electrònic, apps i els seus propis canals a les xarxes; aquí és on han de focalitzar els esforços els mitjans de comunicació”, va resumir

## L'INCREMENT D'ÚS DE LES APPS DELS MITJANS I LES XARXES SOCIALS, ESPERANÇA PER A LES CAPÇALERES TRADICIONALS

Nic Newman durant la presentació. Així, malgrat que Newman afirmi que, actualment, “és molt complicat fer-se marca”, les dades demostren que els mit-

jans tradicionals i els respectius canals de comunicació, com les aplicacions, tenen força seguiment.

“Els nadius digitals ho han fet molt bé trobant el seu nínxol, però no són líders”, afegix Vara, qui critica aquests mitjans. “A vegades, els escoltes i sembla com si ells haguessin reinventat el periodisme, però encara són els mitjans tradicionals els qui mantenen el lideratge”, afirma. El que corrobora,

tanmateix, el Digital News Report 2017, és el constant canvi en la forma de consumir les notícies i l'estructura del mercat. La polarització i la bretxa generacional cada cop més marcada indiquen l'existència de moltes audiències diferents, no només una. Una oportunitat per a l'especialització i l'èxit de cada mitjà, sigui nadiu digital o tradicional. Ç

*Dossier*  
*Congrés Mundial d'Editors*



# INNOVACIONS CONSTANTS

La intel·ligència artificial, la realitat virtual i  
augmentada i la personalització de la informació  
es consoliden a les redaccions

El GEN Summit de Viena ha certificat que les darreres innovacions, com la intel·ligència artificial o la realitat virtual, ja no són només eines enlluernadores, sinó que comencen a tenir aplicacions pràctiques a les redaccions i, en alguns casos, a fer-se imprescindibles. L'objectiu és com fer que acabin millorant la qualitat del periodisme, ja sigui ajudant els periodistes a fer tasques lentes i feixugues de manera més ràpida i a gestionar millor grans quantitats d'informació, com enriquint l'experiència per part de l'audiència. Però, quins en són els límits i qui els fixa?



TEXT TERESA TURIERA



El paper no desapareixerà a curt termini, i encara representa una part important dels ingressos dels diaris de referència, però si hi ha un consens entre els directius de mitjans europeus, asiàtics i nord-americans és que la informació es consumeix cada vegada més des dels dispositius mòbils. Això implica repensar ja no només el disseny, sinó la manera com produïm els continguts, el format en el qual seran distribuïts i preguntar-se què vol dir la implicació/fidelització de les audiències en aquest entorn mòbil.

“Enviar notícies als dispositius mòbils de la gent vol dir que entrem directament a les seves vides, a allò que estan fent en aquell moment precís, i per tant, ho hem de tenir en compte a l'hora de definir el vincle de cada mitjà amb la seva audiència”, afirmava David Ho, vicepresident i editor executiu de Hearst Newspapers.

“El repte és com fer que el màxim nombre de les notícies que produïm siguin compartides a les xarxes socials”, apunta, al seu torn, Ben Smith, editor en cap de BuzzFeed. “Com a mitjans, hem de deixar de pensar què posem a la nostra portada —impresa o digital— i en canvi, pensar bé com fem peces de notícies que per si soles tindran un llarg recorregut a Facebook o a Twitter o a la xarxa social de moda en cada moment, què farà que la gent s’hi

identifiqui més, s’emocioni o s’indigni i tingui ganes de compartir-ho”, va afegir.

## LÍMITS A LA PERSONALITZACIÓ

També, Vasselin Popov, director de Desenvolupament de negoci al Psychometrics Centre de la Universitat de Cambridge, afirma que “encara no hem trobat un límit a la informació que som capaços de compartir a la Xarxa i, per tant, encara no hi ha un límit a la personalització de les notícies. Amb els M’agrada de Facebook o amb les notícies que comparteixes podem arribar a saber més de tu que la teva pròpia parella! El que sí que sabem és que el contingut fet expressament per agradar a una determinada persona és el doble de rendible”.

Aquest pot ser, però, també un cercle perillós: les nostres empremtes digitals

**"EL REPTE ÉS COM FER QUE EL MÀXIM NOMBRE DE LES NOTÍCIES SIGUIN COMPARTIDES A LES XARXES SOCIALS" BEN SMITH, BUZZFEED**

construiran la nostra dieta informativa: hiperpersonalitzada i basada en el que voldrem compartir amb els nostres cercles. La fragmentació d’audiències i l’excessiva personalització acaben restringint l’oferta

que rep cada persona i creant cambres de ressonància on el públic accedeix només a aquella informació que vol sentir o creure. Així ho denunciava Maria Ressa, exdirectora en cap de la CNN a Manila i actualment fundadora d’un diari digital independent: “A països emergents com les Filipines, un 97% dels ciutadans està connectat a Facebook i és a través d’aquesta plataforma que s’informen, en canvi, no s’adonen que estem rebent una versió algorítmica de la realitat”.

## ALGORITMES EDITORS?

Els algoritmes matemàtics ajuden a connectar els consumidors de la informació amb les informacions i les fonts que (se suposa) són del seu interès. El criteri l’hauria de poder afinar cada mitjà, però com a mínim és cert que la intel·ligència artificial i el *machine learning* ajuden a omplir esclertes que els mitjans, fins ara, no tenien cobertes.

Aquestes disciplines aplicades a les redaccions van demostrant

amb projectes concrets com el software pot ajudar a guanyar temps i a destriar informació feixuga mentre el periodista pot dedicar-se a consultar les fonts i a escriure la història. Francesco Marconi,

director d'Estratègia i desenvolupament corporatiu a Associated Press explicava com l'automatització de processos havia alliberat un 20% el temps dels redactors de la secció d'Economia. N'és un bon exemple el treball "Seafood from slaves", guanyador del Premi Pulitzer al servei públic, el 2016, que va permetre alliberar 2.000 persones en situació d'esclavatge al sud-est asiàtic.

Gràcies a la intel·ligència artificial els periodistes d'AP van poder seguir de manera acurada el rastre que deixaven durant 18 mesos camions i vaixells transportadors de peix mentre mantenien captius els treballadors com a esclaus. "La clau del projecte no és quina tecnologia vàrem utilitzar, sinó l'impacte que va tenir aquesta història i que no hauríem aconseguit sense disposar d'una tecnologia semblant", va afirmar Marconi.

Segons Amy Webb, fundadora del Future Today Institute, "el futur de les notícies està inextricably lligat al futur de la intel·ligència artificial. Aquesta disciplina esdevindrà tan sofisticada que els que construeixin i controlin els sistemes d'intel·ligència artificial són els que prendran les decisions sobre com s'informa la gent i fins i tot sobre què considerem una notícia. Si les empreses periodístiques vo-

"EL CONTINGUT FET EXPRESSAMENT PER AGRADAR A UNA DETERMINADA PERSONA ÉS EL DOBLE DE RENDIBLE" VASSELIN POPOV, UNIVERSITAT DE CAMBRIDGE

len estar posicionades a l'hora de definir els nous escenaris d'informació, necessiten seure a la taula de igual a igual amb les grans companyies tecnològiques, i no limitar-se a produir continguts i redefinir

els processos de generació d'informació". "Els mitjans –va afegir– haurien de desenvolupar la seva pròpia infraestructura, els seus propis algoritmes de gestió de la in-

## LA FRAGMENTACIÓ D'AUDIÈNCIES I L'EXCESSIVA PERSONALITZACIÓ ACABEN RESTRINGINT L'OFERTA I CREEN CAMBRES DE RESSONÀNCIA

formació, de publicitat i de recursos, i no deixar-ho tot en mans dels Facebook o els Google de torn, que són el que estan fent grans inversions en intel·ligència artificial ara mateix".

### EN PRIMERA PERSONA

Aquesta tecnologia, en constant desenvolupament, s'ha consolidat en el camp dels videojocs i de l'espectacle, si bé encara té pendent el repte d'oferir un valor afegit en l'àmbit periodístic. Els preus per tenir un dispositiu de realitat virtual de bona qualitat (800 dòlars) encara són cars, tot i que la ràpida evolució dels telèfons mòbils permet pensar en un abaratiment de costos a curt termini.

"No pel fet d'oferir un contingut en realitat virtual la història serà millor", advertia Robert Hernández, professor de la USC Annenberg School for Communication and Journalism, ahora que Francesca Panetta, editora de Realitat virtual del reconegut diari

britànic *The Guardian* es preguntava què hi ha de més periodístic que oferir a la gent la possibilitat de disposar de l'experiència de viure una notícia en primera persona?

Tindrem més capacitat analítica si ens deixen veure el món (encara que sigui de manera artificial) des dels ulls d'un refugiat que fuig en una pastera, o d'algú que viu les conseqüències d'una catàstrofe natural? A l'espai de demostració del GEN es van poder provar alguns exemples de continguts periodís-

tics elaborats amb realitat virtual: vídeos d'entrevistes en 360° en què l'enriquiment de l'experiència, més pensat encara per a l'entreteniment d'audiències joves i inquietes, permetia situar millor l'usuari en el context de l'entrevistat o de la notícia. Amb tot, va quedar palès que els mitjans que apostin per aquest format necessitaran la figura d'un editor de realitat virtual capaç d'encertar amb el valor que es pugui aportar als usuaris i fins i tot d'anticipar els efectes psicològics i emocionals que pot provocar-los.

### NOVES INICIATIVES

En el marc del GEN Summit s'organitzen els Data Journalism Awards, un concurs dels millors projectes de visualització de dades. Aquest any s'hi van presentar 573 treballs de 51 països. Els projectes infogràfics, cada vegada més sofisticats, permetien des de realitzar el seguiment de les rutes de refugiats d'Àfrica cap a diversos països europeus fins a la visualització de les trames polític-criminals als Balcans, passant per la mapificació d'epidèmies o de tractaments de salut a l'Àfrica sud-sahariana

En l'apartat d'empreses de nova creació dedicades a explotar una tecnologia o un procés innovador en l'àmbit del periodisme, 8 projectes van arribar a la final del concurs "Startups for news", entre



Un assistent al congrés de Viena prova un aparell de realitat virtual, una de les grans innovacions dels darrers anys.

aquests l'espanyol Politibot, un robot que és capaç de mantenir per escrit una conversa sobre una temàtica concreta amb els lectors, i que és adaptable a les necessitats de cada mitjà.

## "EL FUTUR DE LES NOTÍCIES ESTÀ LLIGAT AL FUTUR DE LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL"

AMY WEBB, FUTURE TODAY INSTITUTE

Els guanyadors del concurs van ser els britànics Flourish, desenvolupadors d'un software que permet convertir milers de dades en mapes i gràfics i contingut inte-

ractiu que ajuda a visualitzar la informació de manera senzilla, per a redaccions de totes les dimensions, i sense haver de tenir un coneixement tècnic previ de la visualització de dades.

I els guanyadors de l'Editors Lab World Champion 2017, una competició d'innovació entre equips de redaccions de mitjans, va ser l'equip de Periodisme Visual de la BBC, per haver desenvolupat Appy Helper, un prototip d'aplicació que ajuda els usuaris a través del web a mantenir-se

al dia de notícies complexes que poden arribar a durar dies o setmanes, com ara la publicació dels Papers de Panamà o alguns processos judicials. Ç

Més informació a:

[www.datajournalismawards.org/shortlist/](http://www.datajournalismawards.org/shortlist/) → Finalistes del Data Journalism Awards.





# FACEBOOK HO ÉS (QUASI) TOT

Escepticisme i realisme respecte al profit  
que es pot treure de les xarxes socials

D'acord amb les estadístiques, un mitjà rep un 31,5% de les visites des de Facebook. No és d'estranyar, doncs, que enguany al GEN Summit molts debats hagin tractat sobre la influència que tenen a les redaccions aquestes xarxes socials en general i la de Mark Zuckerberg en particular. Si al trànsit generat per Facebook li sumem el de Google i Twitter s'entén perquè fins i tot *The Washington Post* reconeix que està variant la forma de crear continguts per adaptar-se als nous temps. El repte, tot i les iniciatives presentades a Viena, encara és la monetització del contingut a les xarxes.





Per primer cop en molt de temps en una trobada de periodistes i editors que miren cap al futur, com va ser el GEN Summit celebrat a Viena, les xarxes socials no van ser les protagonistes. La realitat virtual, el contingut 360, la intel·ligència artificial i les *fake news* van passar al programa per davant d'elles, malgrat que en tot moment, en cada xerrada, en cada *masterclass*, es parlava en algun moment o altre de Facebook, Twitter o qualsevol altra xarxa social.

“Les xarxes socials són aquí i cal sobreviure al seu ecosistema”, advertia Martin Baron, director executiu del *The Washington Post*, durant una intervenció al congrés. Per “sobreviure”, tal com ho entén Baron, els mitjans de comunicació no poden ignorar la existència ni la influència d'aquestes xarxes en el treball diari. “Un 45% del trànsit als mitjans prové de referències indirectes i, d'aquest, un 70% prové de Facebook i Google”, va assenyalar Jill Nicholson, cap de Chartbeat,

## “LES XARXES SOCIALS ESTAN AFECTANT ELS ESTÀNDARDS DEL PERIODISME”

NORBERT HORVATH, VEMBA

empresa d'anàlisi de dades d'audiència en línia que utilitza la major part dels mitjans nord-americans. En total, més d'un 35% de les visites que rep un mitjà de comunicació prové d'alguna xarxa social.

Un altre aspecte a tenir en compte quan es parla de periodisme i xarxes socials és el fet que, com també va apuntar Nicholson, el tipus de contingut que consumeix el lector en determina la procedència. “Per seguir notícies d'última hora, s'incremen-

ten molt les cerques a llocs com Google. Un cop passen els primers moments d'un esdeveniment o notícia, la gent busca a les xarxes socials anàlisis, opinions i, és clar, dir-hi la seva”, va afirmar. Amb tot, els mitjans poden treure'n profit per expandir la marca. “Les xarxes socials són una via per aconseguir que arribi al teu web gent que mai no ho faria directament”, valorava Amanda Farnsworth, editora de BBC News, que va reconèixer que, fins

## “NO TOTHOM POT DISTINGIR ENTRE UNA NOTÍCIA FALSA I UNA VERTADERA”

PHILIPP HENGL, THE GEWISTA GROUP

i tot per a un mitjà tradicional i més que consolidat com en el que ella treballa, “Facebook és una eina molt important”.

Però més enllà de la influència d'aquestes xarxes en les pàgines vistes dels mitjans, alguns consideren que s'ha produït en

els darrers anys un canvi en la forma de fer periodisme amb l'objectiu d'atreure lectors. “Internet en si és un nou mitjà que canvia la forma

d'explicar les històries”, reconeixia Martin Baron, per tot seguit advertir que “les noves plataformes exigeixen moure's ràpid i fer les coses de manera diferent”. El director executiu del *The Washington Post* considera que no es pot publicar a les xarxes simplement el que els mitjans ja tenien preparat. “Hem de personalitzar el nostre periodisme”, va reconèixer. També, Norbert Horvath, responsable de l'empresa de producció i distribució de vídeo Vemba, considera que “les xarxes

socials estan afectant els estàndards del periodisme”.

## NOTÍCIES FALSES

Entre els debats del GEN Summit on es van colar les xarxes socials, destaquen els que feien referència a les anomenades *fake news*, els continguts que mostren informacions parcialment o totalment falses. No pocs editors i periodistes van coincidir a

assenyalar les xarxes socials —en especial Facebook— com a culpables de la propagació i viralitat que han tingut aquests tipus d'articles. La

principal crítica cap a aquestes xarxes és el fet que un algoritme sigui el responsable d'alimentar informativament els usuaris. Entre les intervencions sobre aquest tema, hi destaca la de Philipp Hengl, cap d'Innovació de The Gewista Group —grup de mitjans austríacs— qui considera que “no tothom pot distingir entre una notícia falsa i una vertadera”.

Per tractar de posar solució a aquesta situació, des de Facebook van recordar que ja treballen amb els principals mitjans d'arreu del món per verificar el contingut que es publica a la seva xarxa social. “El procediment de verificació s'inicia quan un usuari fa clic a l'opció de ‘reportar vídeo’ o ‘reportar enllaç’”, va explicar Nick Wrenn, cap de Facebook News a Europa, a CAPÇALERA. També Google va presentar una iniciativa: Trust News, un projecte que compta amb setanta-cinc mitjans de tot el món i que permetrà al principal cercador millorar el seu algoritme per intentar mostrar el mínim de notícies falses possible.

## XARXES I MÒBIL

Parlar de xarxes socials i periodisme és parlar de mòbils. Si més no, segons dades presentades per l'empresa d'analítica Chartbeat, un 62% d'aquells que llegeixen un digital ho fan des de dispositius mòbils, un percentatge que s'incrementa fins a un 90% si parlem del trànsit que reben els mitjans de comunicació des de les xarxes socials.

El periodisme mòbil es va convertir, així, també en un tema central durant el GEN Summit, ara bé no només lligat amb les xarxes socials, sinó amb el periodisme en si mateix ja que, com alguns adverteixen, el periodisme passa inevitablement pel mòbil, i les xarxes socials no se n'escapen.

“Les xarxes són natives de l'ambient mòbil. Pensar en xarxes socials és pensar en mòbil”, assegurava David Ho, vicepresident de l'important grup editor Hearst

Newspaper que té desenes de capçaleres als Estats Units. Una de les recomanacions

## "UN 59% DELS LECTORS COMPARTEIX A LES XARXES SOCIALS SENSE LLEGIR-NE EL CONTINGUT"

JON WILKS, CONTENT INSIGHTS

que més es van escoltar estava relacionada amb el fet de donar preferència al vídeo, al temps que es recomanava adaptar-ho tot al contingut al mòbil. “Si un gràfic o un vídeo no es veu bé al mòbil, no serveix”, avisava Ho durant la intervenció.

Malgrat el potencial de visites que tenen els dispositius mòbils i les xarxes, la pregunta que va planar durant totes les jornades del congrés va ser la mateixa que les redaccions es fan des de fa anys: com es converteixen les visites en ingressos per als mitjans? “Un 59% dels lectors comparteix

a les xarxes socials sense llegir el contingut”, alertava Jon Wilks, responsable de

Content Insights, empresa d'analítica per mitjans, qui lamenta que, d'aquesta manera, el mitjà no obté res de les xarxes socials. “Què aporta

a un mitjà el nombre de M'agrada o les comparticions? Ningú no ho sap amb certesa encara”, va apuntar Wilks.

Sobre aquest tema, el consens durant el congrés va ser que les xarxes socials són una font imprescindible de visites i difusió de marca que els mitjans de comunicació, després, han de saber rendibilitzar.

Malgrat tot, les dues principals xarxes socials en quant a trànsit per als mitjans, Facebook i Twitter, van presentar noves formes de monetitzar-hi continguts.



David Ho, vicepresident del grup Hearst Newspaper, durant la seva conferència al congrés.

## UN NOU STORYTELLING

Les xarxes socials estan modificant la manera en què s'expliquen les notícies, el que s'anomena en anglès *l'storytelling*. El pes cada cop més gran que el vídeo hi té i el creixent consum informatiu des de dispositius mòbils provoquen un replantejament en la forma de produir i servir la informació, tal com reconeixen fins i tot mitjans consolidats com *The Washington Post*.

Si hi ha una xarxa que està provocant un canvi en *l'storytelling* aquesta és, sens dubte, Facebook, la més utilitzada arreu del món i la primera font de visites per a qualsevol mitjà, després de les cerques a Google. El cap de Facebook News a Europa, Nick Wrenn, va participar al GEN Summit de Viena per presentar les principals novetats de la xarxa social nord-americana respecte a la presentació d'articles i notícies.

La conclusió principal és que el periodisme a les xarxes serà en vídeo o no serà. "Facebook ha passat de ser pur text al vídeo en directe i ara també al vídeo 360 i la realitat virtual", assenyalava aquest periodista que, abans d'incorporar-se a Facebook, va passar per les redaccions de BBC i CNN a Londres. Wrenn justifica l'evolució amb dades: els usuaris prefereixen els vídeos sis vegades més que el text i, a més, provoquen molta més participació que una simple notícia. Aquesta interacció és per a Wrenn "la clau de

### ELS USUARIS PREFEREIXEN ELS VÍDEOS SIS VEGADES MÉS QUE EL TEXT. I, A MÉS, PROVOQUEN MÉS PARTICIPACIÓ

sentit, Wrenn va presentar exemples de la BBC i Sky News sobre com les xarxes socials han introduït una nova forma d'explicar esdeveniments com l'atac terrorista de Manchester o les campanyes electorals a França i el Regne Unit. Per a Wrenn, una xarxa social com Facebook potencia el treball dels mitjans de comunicació, tot i que és clar que les característiques de la pròpia Xarxa fan que la manera d'explicar els fets variï respecte al que era habitual fins ara.

*l'storytelling* a les xarxes", que a més considera essencial "fer l'audiència part de la retransmissió i la història que s'explica".

Des de Facebook, presumeixen de canviar la forma de fer periodisme pel fet de permetre "també petits mitjans liderar *l'storytelling* d'una història que els és propera" gràcies, en part, a que "amb un simple iPhone es pot informar a la Xarxa". En aquest

Per exemple, des de Facebook van anunciar la possibilitat per a qualsevol editor d'incorporar anuncis, tant als vídeos pregravats com als vídeos en directe, els coneguts com Facebook Live. A més, la companyia que dirigeix Mark Zuckerberg permetrà que els continguts patrocinats puguin ser exposats com a tal a la pròpia pàgina del mitjà a Facebook.

## FACEBOOK I TWITTER PERMETRAN INTRODUIR PUBLICITAT ALS VÍDEOS I "DIRECTES" PERQUÈ ELS MITJANS MONETITZIN ELS CONTINGUTS

És a dir, a partir d'ara, els mitjans podran incorporar el nom de la marca que patrocina l'article.

Això comportarà, automàticament, que l'article també tingui una etiqueta en què es podrà llegir "pagat", perquè l'usuari sàpiga que el que està a punt de llegir és un contingut que una empresa o organització ha pagat per tal que es produís.

Pel que fa a Twitter, la principal novetat en el tema de la monetització de continguts

té a veure, com en el cas de Facebook, amb els vídeos, tant els que es publiquen després d'enregistrar-se com els directes.

La xarxa de l'ocellet ofereix als mitjans obtenir ingressos amb els vídeos que penguin introduint-hi anuncis al principi. Per treure el màxim

rendiment d'aquesta possibilitat, des de Twitter recomanen "treballar els vídeos per garantir la connexió amb l'usuari".

En aquest sentit, segons Rob Owers, cap de Twitter News per a Europa i l'Orient Mitjà, el més important és "no ser mandrosos a l'hora de fer vídeos". Amb tot, i malgrat que alguns mitjans s'avancen a d'altres a l'hora de treure profit econòmic de les xarxes, al GEN Summit es va poder concloure que, si bé fins i tot els mitjans tradicionals veuen Facebook, Twitter i la resta de xarxes com una eina imprescindible per atreure usuaris, encara s'està lluny de poder aprofitar-les per treure'n un profit econòmic suficient per a uns comptes sacsejats per la revolució digital. Ç

# EL DIARI DELS INDUSTRIALS

TEXT XAVIER MARTÍ I YLLA

*El Bien Público* va ser una capçalera dels empresaris catalans per propagar-ne els postulats i defensar-se dels atacs a Catalunya

**En una època, a mitjan segle XIX, en què els diaris tenien molta influència i acostumaven a ser premsa de partit, els industrials catalans van decidir crear *El Bien Público*, el seu propi rotatiu amb l'objectiu de poder propagar-ne l'ideari proteccionista. Va ser, aquella, una aventura editorial que va durar poc més de dos anys. Al final, van tancar la capçalera, tot i que un temps després, i enmig dels atacs i la desconfiança cap als catalans, ho van tornar a provar, aquest cop a Madrid.**

A partir del segon terç del segle XIX, en els cercles de la capital de l'Estat es lliurava una frenètica batalla entre els partidaris del lliurecanvisme (especialment els hisendats i comerciants madrilenys i andalusos) i els proteccionistes (gairebé exclusivament els industrials catalans i, de manera majoritària, dedicats al tèxtil).

Els tambors de guerra sonaven a la Cort i als despatxos, mentre la premsa de l'època prenia partit intensament a favor dels primers. Eren un moments en què les elits catalanes es jugaven el ser o no ser a l'Estat. I era quan els fabricants catalans van veure que se'ls feia imprescindible comptar amb algun rotatiu que en propagués i defensés l'ideari. Per això els industrials van decidir fundar els seus propis diaris.

*El Bien Público* va sortir per primera vegada a Barcelona, el 9 de febrer de 1849. I ho va fer fins al 16 de setembre de 1850. Va ser un diari que havia nascut de la necessitat o preocupació que

“sorgia del convenciment que en aquells moments la premsa tenia una gran influència. Els mateixos contemporanis l'havien arribat a considerar “un poder de l'Estat” i, generalment, estava molt vinculada als grans partits polítics. Els industrials catalans,

A MITJAN DEL SEGLE XIX, ELS INDUSTRIALS CATALANS NECESSITAVEN UN MITJÀ QUE EN DEFENSÉS L'IDEARI I VAN CREAR UN DIARI PROPI

que estaven convençuts (...) que la peculiar situació en la qual es trobava Catalunya els feia ser molt mal interpretats per la premsa nacional, van esforçar-se al màxim per poder disposar d'una premsa pròpia” tal com escrivia Roser Solà al llibre *L'Institut Industrial de Catalunya i l'associacionisme industrial des de 1820 a 1854*. (Biblioteca Abat Oliba, 1997).

El primer editorial, signat pel director A. de V. (Àngel de Villalobos, membre de la Comissió de Fàbriques, l'organisme que defensava els interessos dels industrials), era ben explícit a l'hora de definir l'objectiu del diari: “Defender la industria, el trabajo naci-



onal y los intereses materiales del país en el terreno del raciocinio y de la discusión decorosa, pero con energía y perseverancia”.

El mitjà, com el seu patrocinador, es declaren “esencialmente proteccionistas” i, en aquest sentit apunten: “consideramos la industria nacional como el primer germen de la riqueza y prosperidad de los pueblos, y cuenta que al hablar de industria no entendemos referirnos exclusivamente á la fabril sinó á todas las que constituyen el trabajo manual del hombre, sin el cual no hay riqueza posible”. El director acaba l’editorial afegint un altre punt als objectius del diari: “Otro objeto nos hemos propuesto no menos preferente, cual es vindicar á Cataluña de los injustos ataques que se la dirigen, pretendiendo con inaudita crueldad é injusticia hacerle un crimen de las desgracias que sufre, ahogarla en sus propias lágrimas”. De tota manera, aquesta afirmació no



A dalt, el primer exemplar del diari *El Bien Público*, del 9 de febrer de 1949. A l'esquerra, un gravat d'Àngel de Vilallobos, que va ser director del rotatiu.



ha de fer creure coses que no són ja que, immediatament, es diu que “el decoro, la dignidad del país estan interesados en deshacer tan viles calumnias, tan imprudentes diatribas; á este noble fin dedicaremos nuestras tareas, seguros de encontrar cooperación

y apoyo en la mayor parte de la prensa española, y en todos los buenos patrióticos que como nosotros desean la unión y verdadera fraternidad de todos los españoles”.

### ELS FABRICANTS MÉS IMPORTANTS

En un principi, *El Bien Público* havia de tenir un altre nom. El 29 de desembre de 1849, Villallobos adreça una carta al president de l'Associació Defensora del Trabajo Nacional en la qual li fa saber que “entre los muchos objetos preferentes de que se ha ocupado y se está ocupando el Instituto Industrial de Cataluña ha acordado la creación de un Periódico que con el título de *El Economista. Diario del Instituto Industrial de Cataluña* se ocupará de (...) la esplanación de las doctrinas económicas...”. Es desconeix el perquè se'n refusà un i se n'acceptà l'altre.

El 13 de gener, es reunien els accionistes del diari, sota la presidència de Joan Jaumandreu, que ostentava la de l'Institut. Després d'escoltar la lectura “del plan del periódico”, els vint-i-vuit

## UN LOBBY CATALÀ A MADRID

Amb l'arribada de Juan Álvarez Mendizábal, president del Consell de Ministres, al poder, el 1836, la Comissió de Fàbriques nomenà Magí Corominas "representant permanent" a Madrid amb la intenció de defensar, davant el govern, els interessos dels fabricants catalans. Ell contactava amb altres catalans com l'exministre d'Hisenda Antoni Barata; Jeroni Ferrer i Valls, que publicava *El Nacional*; Félix Torres Amat, bisbe d'Astorga, etc. I feia arribar a Barcelona la necessitat de tenir un diari propi a la capital.

Eren uns moments en què a Madrid s'havia instal·lat la idea d'una Catalunya independent perquè... s'havia encunyat moneda on hi figurava l'escut de Catalunya. El 1839 es creava, a la capital, una Associació Catalana que tenia per objectiu "defender los intereses del comercio e industria".

És en aquest estat de coses (d'una banda, havent de defensar els interessos dels industrials catalans i, de l'altra, havent-se de "defensar" davant del govern central d'una incerta voluntat independentista) que la Comissió de Fàbriques decideix publicar un diari a Madrid. Ho fa de la mà del banquer i home de negocis osonenc Gaspar Remisa, establert a la capital, financer de confiança de la regent Maria Cristina i un dels majors contribuents del regne.

L'1 de juny de 1839 -deu anys abans que *El Bien Público* es comencés a editar a Barcelona- apareixia *El Corresponsal*, seguint els principis monàrquics-constitucionalistes i proteccionistes del Partit Moderat. En va ser director Bonaventura Carles Aribau i entre els redactors hi figuraven el polític Lluís M. Pastor o el crític teatral Ignacio José Escobar, qui es va batre en duel amb l'actor Julian Romea. L'industrial Josep Sol i Padrís i Pascual Madoz formaven part de la llista de col·laboradors. El diari va sortir fins al 14 de maig de 1844.

Amb posterioritat, la capçalera *El Bien Público* es "traslladà" a Madrid. Va ser en dates indeterminades dels anys 1863 i 1864, tretze anys després de la breu experiència a Barcelona.

Segons l'exemplar número 113, que correspon al 14 de gener de 1864, conservat a la Biblioteca Nacional de Catalunya (n'existeixen tres més a la Biblioteca Nacional de España) era un "*Periódico liberal de la tarde*" amb els afegits de "*Libertad, Justicia, Moralidad*". Hi figura com a editor Manuel Miranda.



Retrat d'Aribau realitzat per Joaquim Espalter.

Més endavant i també en dates indeterminades, va ressorgir la mateixa capçalera. En aquest cas, amb el subtítol "*Diario Político, Mercantil y Literario*". Se'n conserva una col·lecció del 15 de novembre al 7 de desembre de 1880, perquè durant aquest període se'n va fer una edició per a Catalunya. Segons es diu en una "Advertencia" en l'exemplar del 15 de novembre, des de la capital arribaven impreses tres de les quatre pàgines. La quarta, en blanc, s'imprimia a la impremta Mañós y Ballester, del carrer Tallers.

L'edició, que comptava amb numeració pròpia, portava com a subtítol "*Diario Político, de Noticias, Avisos y Anuncios*". En una gasetta de presentació es remarca l'ideari de la publicació: "Como la edición de la Corte, sólo un compromiso tiene contraído á la faz del País y es la defensa del trabajo nacional y de los principios que sustenta la escuela proteccionista".

### EL 1836, ENMIG DEL TEMOR A LA CAPITAL D'UNA CATALUNYA INDEPENDENT, ELS INDUSTRIALS CATALANS VAN CREAR EL CORRESPONSAL

Tanmateix, el sistema no durà gaire. L'edició del dimarts 7 de desembre (es publicava de dilluns a dissabte) apareixia només amb la pàgina "barcelonina" que contenia una "Advertencia importante". S'informa de la recepció d'un telegrama "cuando ya la edición de Barcelona estaba compuesta y en màquina" del propietari del diari. S'hi anuncia que "desde hoy suspende el envío de la cuarta plana en blanco". Segons s'explica, el motiu "obedece tan solo a la voluntad de mejorar y de agrandar la edición que *El Bien Público* tiraba en Barcelona". No hi ha constància que se'n reprengués l'edició.

assistents van estar d'acord que “en atención a lo apremiante de las circunstancias se habrá creído conveniente adelantar la reunión de accionistas aun cuando no se hubiera completado el nº prefijado, á fin de preparar y adelantar los trabajos, y sin perjuicio de completarlo”.

Segons consta al llibre d'Actes de l'Institut (que es troba a l'arxiu del Foment Nacional del Treball), “después de una ligera discusión (...) sobre el título que deberá llevar el Periodico ha sido acordado darle *El Bien Público* y se ha acordado que fuese diario con el precio de 10 reales mensuales en esta Ciudad”. A la mateixa sessió es va triar la impremta, entre sis propostes presentades.

Tres dies més tard, la junta directiva de l'Institut Industrial de Catalunya aprovava la llista de persones que formarien el “centro de redacción” del diari. Es tractava d'Angel de Villalobos, membre d'aquesta Junta, com a director, i els redactors Joan Illas i Vidal, Magí Soler i Espalter, Josep Sol i Padrís, Pere Dalmases, Ramon Torrents i Ricart, a més de Víctor Balaguer. Excepte l'últim, eren o bé propietaris o bé directius d'indústries de la ciutat, com el cas de Sol i Padrís, que era el director del *Vapor Vell* de Sants, propietat de Joan Güell i Ferrer. Quan encara no s'havia acomplert el primer any, en sortirien per diferents motius

## EL ROTATIU, QUE ES DECLARAVA OBERTAMENT PROTECCIONISTA, VA SORTIR AL CARRER ENTRE ELS ANYS 1849 I 1850

Balaguer, Sol i Padrís, Villalobos i Torrents, i hi entrarien Francisco J. Orellana (com a director), Manuel Duran i Bas, i Estanislau Reynals i Rabassa.

### COMENCEN ELS PROBLEMES

El primer exemplar veia la llum pública el 9 de febrer. Un mes i mig després (el 26 de març) se celebrava una nova junta d'accionistes en la qual, aquesta vegada, n'hi assistien trenta-sis. Eren la “flor i nata” dels fabricants barcelonins. Entre altres, eren accionistes Pau Vilaregut, Josep Montenys, Isidre Muntadas, Salvador Bonaplata, Ramon Vilumara o Josep Cortils. Una de les qüestions que es van tractar van ser “los métodos de fomentar la subscripción para que los accionistas no tengan que hacer adelantos”. Aquell dia hi havia 649 subscriptors, “siendo el nº necesario para cubrir todos los gastos el de mil cien”. Es va adquirir el compromís que cada accionista aportaria, abans del 8 d'abril, sis nous subscriptors.

Un any i mig més tard, el Jefe Político (governador civil de l'època), suspenia la Comissió de Fàbriques i l'Institut Industrial, igual que altres institucions catalanes, acusant-les de catalanistes

i d'anar contra el govern central. Pocs dies després, el dilluns 16 de setembre i en el número 585, una nota a la portada deia que tancades aquestes dues entitats, *El Bien Público*, “se encuentra en una situación anómala, y tropieza con obstáculos poco menos que insuperables”. Aquesta institució s'havia convertit, amb els anys, en un referent cultural a la ciutat. És per això que es diu que, amb aquella clausura, també “interrumpida queda la série de exposiciones periódicas que tanta animacion ya producían en

## LA SUSPENSIÓ DE LES ORGANITZACIONS EMPRESARIALS, ACUSADES DE CATALANISTES, VA SUPOSAR LA FI DE LA CAPÇALERA

nuestra ciudad, emporio de la española industria, y que con tanto entusiasmo el pueblo barcelonés visitaba y aplaudía; cerradas continúan las salas del Instituto, su biblioteca, su mostruario, sus escuelas; no pueden sus socios reunirse, ni aún como se reúnen los individuos de un casino, ¿quién podrá pues admirarse de que también su órgano en la prensa haya debido enmudecer”.

Des de l'endemà, el *Diari de Barcelona* es feia càrrec de les subscripcions d'*El Bien Público*, segons s'informava en el darrer exemplar (en el segle XIX no era inusual “passar-se” els subscriptors d'un mitjà a un altre). L'aventura dels industrials d'editar un diari barceloní havia durat dinou mesos. Ç

Més informació a:

*L'Institut Industrial de Catalunya i l'associacionisme industrial des de 1820 a 1854*. De Roser Solà (Biblioteca Abat Oliba, 1997).



# UNA AUTORA COSMOPOLITA

Es commemoren els 125 anys del naixement d'Aurora Bertrana

TEXT ELVIRA ALTÉS

FOTOS CEDIDES PER INSTITUCIÓ DE LES LLETRES CATALANES

**La vida d'Aurora Bertrana no segueix els mateixos patrons que molts periodistes de la seva època. Va viatjar i viure a l'estranger i en els textos va plasmar el seu caràcter modern i lliure. Feminista, progressista i cosmopolita, els articles de la filla de Prudenci Bertrana van veure la llum en nombroses publicacions dels anys trenta. Com tants companys de professió, la guerra va tallar en sec una trajectòria professional i vital, malgrat que finalment va aconseguir tornar de l'exili i, passats uns anys, va començar a publicar de nou. Enguany, l'Any Bertrana –que commemora els 125 anys del seu naixement i els 150 del seu pare– posa de nou en valor la història d'una dona avançada al seu temps que va viure de manera intensa i apassionada.**

La biografia de Bertrana fuig de la vida convencional que vivien les noies nascudes com ella a final del segle XIX. Com els passa a moltes dones, durant anys ha estat recordada més que com a escriptora i periodista, com a filla gran de Prudenci Bertrana.

Aurora Bertrana neix el 29 d'octubre de 1892 (i no el 1899, un error que va perdre i que ella mai no va desmentir) al barri del Mercadal de Girona quan la hisenda familiar començava a anar de mal borràs. Malgrat això, i gràcies a la pintura que el seu pare venia a les famílies benestants,

DURANT ANYS, HA ESTAT RECORDADA COM A FILLA GRAN DE PRUDENCI BERTRANA MÉS QUE COM A ESCRIPTORA I PERIODISTA

estudià música i la carrera de Lletres, primer a Barcelona i després a Ginebra. Des de molt jove destacà com a violoncel·lista, una habilitat que posà en joc per ajudar a

mantenir la família, tot formant un grup de noies que tocava en un cafè de les Rambles.

El 1923, marxa a Ginebra per estudiar a l'Institut Delcroze, un objectiu que no va poder assolir fins que no va haver solucionat els problemes burocràtics i econòmics que van obligar-la a treballar de concertista en un hotel, de mainadera o a la ràdio de Ginebra.

A Chamonix, va formar un trio de corda, però aviat el va abandonar per decantar-se per les lletres. Matriculada de literatura

francesa i grecollatina a la Universitat de Ginebra, escriu *Impressions d'una estudianta*, les primeres cròniques publicades a *La Veu de Catalunya*,

en què explica de manera desimbolta i en primera persona la vida al país suís. Més endavant, el 1925, va conèixer un enginyer francès, que ella anomenava Monsieur

Choffat, amb qui es va casar i amb qui va recórrer bona part d'Europa, Amèrica Central i Oceania.

El viatge del matrimoni a Tahití –colònia francesa en aquella època– l'any 1926, va marcar la trajectòria literària i periodística de Bertrana. Des de Papeete, enviava a Barcelona articles a la revista *D'Ací i d'Allà*, els quals va recollir l'any següent per publicar-los amb el títol *Paradisos oceànics*.

Quan va deixar la Polinèsia francesa per tornar a Catalunya, el 1930, i coincidint amb la publicació del llibre, es trobà amb una considerable fama d'escriptora que li obrí les portes d'alguns diaris i revistes, en els quals va col·laborar més o menys assíduament. Va escriure per a *L'Opinió*, *La Veu de Catalunya*, *La Nau*, *La Publicitat* i va continuar col·laborant a *d'Ací i d'Allà*, entre altres revistes. Va donar moltes conferències, com la de l'Ateneu Barcelonès, el 1930, dedicada al Club Femení i d'Esports, sota el títol “El viatge educatiu



Aurora Bertrana durant la seva  
estada a Papeete, cap a 1928.  
Font: *Paradisos oceànics*







Bertrana als anys trenta. Font: *Memòries fins a 1935*

i instructiu”, en el qual Bertrana advocava pel viatge antropològic, més enllà del merament turístic.

## PERIODISME DE VIATGES

La novetat genèrica –sexual i literària– i el punt de vista sobre aspectes morals del poble polinesi, allunyat dels preceptes establerts, van convertir-la en una intel·lectual independent, model de dona moderna, lliure i cosmopolita. El reconeixement li obrí noves plataformes de premsa –*Mirador*, *La Humanitat*– on tractà temes relacionats amb la literatura de viatges i, també, amb l’altre vessant que caracteritza la vida de Bertrana: el compromís amb la condició de la dona.

Durant els anys 1932 i 1933 Bertrana escriu pet al rotatiu *El Dia*, de Palma de Mallorca, sota l’epígraf “Exotismos”, una sèrie d’articles sobre indrets d’Amèrica Llatina. Segons deixa escrit Domènec Guansé a *D’Ací i d’Allà*, la modernitat del seu tarannà, el gust per l’aventura i la provocació afegits al caràcter pintoresc, àgil i atrevit dels seus reportatges “podrien honorar el més exigent dels magatzins anglesos”.

En aquell moment, el periodisme esdevé per a Bertrana un mitjà d’expressió efectiu per impulsar i sostenir la seva carrera com a escriptora i per donar sortida a les inquietuds com a intel·lectual d’esquerres. Com ella mateixa escriu en les *Memòries*, “aquella època del meu retorn a Barcelona fou el moment de més plenitud de la meua vida, uns anys d’entesa i de cordialitat amb la família, amb els amics i amb el públic que m’escoltava i em llegia”.

Un aspecte a remarcar és el viatge que, el 1935, l’autora va fer tota sola com a reportera al Marroc i que *La Publicitat* va anar publicant gairebé sempre en portada, sota l’epígraf “Impressions d’una dona a través de l’Àfrica musulmana”. En aquest cas, es tracta de reportatges en què narra les vivències del viatge, a través dels ulls femenins i occidentals d’una escriptora que s’ha destacat en el que podia ser un nou gènere en aquell moment a Catalunya: la literatura de viatges. Val a dir que en aquest viatge, a més de textos, també envia al diari fotografies fetes per ella. L’any 1936, es va publicar en forma de llibre sota el títol *El Marroc sensual i fanàtic*.

Neus Real –investigadora que ha estudiat la figura i l’obra de Bertrana– assegura que la seva aportació va ser triplement

## VA ESTUDIAR A SUÏSSA, VA VIATJAR PER DIFERENTS PAÏSOS I VA ESCRIURE ARTICLES DES DE LA POLINÈSIA FRANCESA I EL MARROC

rellevant, “perquè enriquia les lletres catalanes com a escriptora moderna, com a autora de literatura de viatges i com a productora d’uns textos de factura nova a Catalunya pels temes, plantejaments i concrecions ètiques i estètiques”.

## A FAVOR DE LES DONES

En un article publicat el 1931 a *La Nau* titulat “Feminisme” –dins la secció que conduïa Anna Murià sota l’epígraf “La Llar i la Societat”–, Bertrana reconeix els

## UN ANY D’ACTIVITATS

El 2017 és l’Any Bertrana, que commemora el cent-cinquantè aniversari del naixement de Prudenci Bertrana i el cent-vint-i-cinquè de la seva filla Aurora. Organitzat per la Institució de les Lletres Catalanes, inclou l’organització d’exposicions sobre la figura i l’obra d’aquest autors, la publicació, revisió i reedició de moltes de les seves creacions, xerrades i conferències així com la realització i presentació pública de muntatges audiovisuals sobre la trajectòria d’aquestes personalitats.

canvis produïts en les dones d’ençà que ha tornat a Catalunya i es posa a favor d’una major educació, lluny de la religió, que considera poc adient per “formar esperits lliures, equilibrats, cultes i sans”.

Del 1931 al 1934, també col·labora a revistes femenines com *Evolució*, òrgan de la Lliga Femenina Catalana per la Pau i la Llibertat i *Bondat-Bonté*, periòdic editat per la Unió Femenina Franco-Catalana.

La seva popularitat i haver-se decantat per aspectes morals sense la hipocresia social de l’època li permetia escriure de

temes conflictius, com la prostitució, tema que va publicar a *Mirador* en dues parts, i que *El be negre* va satiritzar sota el títol “Paradisos de la prostitució”.

A més dels articles i conferències, les inquietuds socials la van conduir primer a crear una Universitat per a noies obreres, un projecte que, finalment, es va convertir en el Lyceum Club, i com que un club cultural adreçat a les dones burgeses no era el que ella desitjava, va pensar que en la política de partits podria aconseguir



**ELS GIRS DELS COTXES,  
SENSE MIRAR, SÓN LA CAUSA  
DELS ACCIDENTS DE BICICLETA  
MÉS GREUS.**

**VIGILEM, I FEM UNA CIUTAT  
MÉS SEGURA I AMABLE**

A més de ser ciclistes, motoristes, d'anar amb cotxe o amb transport públic, tots i totes anem a peu. Barcelona és una de les ciutats europees on es fan més trajectes a peu. I una ciutat que va a peu és més sostenible, tranquil·la i saludable.

[barcelona.cat/seguretatviaria](https://barcelona.cat/seguretatviaria)





Bertrana als setanta, a les Eres de Gardilans (Berguedà). Font: *Memòries del 1935 fins al retorn a Catalunya*

dur endavant la iniciativa. Així doncs, es va presentar per Esquerra Republicana a les eleccions de 1933, reivindicant el paper de les dones, tal com ho consigna una crònica d'un dels mítings publicat a *La Humanitat* en què citen les seves paraules: “Les dones laboraran sempre per la pau amb la major fermesa i treballaran també per tal que s'enforteixin cada vegada més el drets que la dona, actualment, ha aconseguit”. Malgrat l'acollida que rebien els seus discursos, no hi va treure cap escó.

Col·laborà en el Front Únic Femení d'Esquerres, en la Lliga Femenina Ca-

## VA PUBLICAR EN NOMBRESES CAPÇALERES I VA DESTACAR EN LA LITERATURA DE VIATGES, UN GÈNERE NOU EN AQUELLA ÈPOCA

talana per la Pau i la Llibertat i en altres plataformes esquerranes i progressistes. Va col·laborar amb el Club Femení i d'Esports donant conferències, i juntament amb Carme Nicolau van crear la col·lecció “La novel·la femenina”, si bé llavors ja era l'any 1937 i corrien mals temps per

a iniciatives culturals. En aquesta època, fa de redactora en cap del setmanari *Companya*, vinculat al PSUC. Com indica Real, Bertrana va formar part de “la xarxa cultural femenina esquerrana que es va articular a Catalunya en els darrers anys vint i al llarg dels trenta”.

### LA GUERRA, L'EXILI I EL RETORN

En esclatar la guerra, continua amb la tasca literària i social, forma part de l'Associació d'Escriptors Catalans, fa de jurat del Premi Crexells de 1936, i col·labora a *La Revista del Nostre Temps*, fins que l'any 1938 emprèn sola l'exili a Ginebra. En aquesta època se separa del marit, el qual passa a la zona franquista.

Amb recursos mínims, aconsegueix petites feines que li permeten continuar en una certa òrbita intel·lectual, tot i així, no li estalvien el tràngol de la precarietat de l'exili.

L'any 1942, s'enceta una etapa més tranquil·la en què participa en accions

humanitàries, gràcies al contacte amb el comitè internacional de la Creu Roja. L'any 1946, marxa de París i es trasllada a Prada de Conflent, on reprèn els vincles amb els intel·lectuals exiliats.

Tornà a Catalunya l'any 1949. Tot i la situació política i la indiferència dels cercles literaris —la veien com la filla de Prudenci Bertrana—, continuà publicant regularment contes, novel·la, narrativa breu i, finalment, les *Memòries*, que, per si mateixes ja són una prova de qualitat literària.

Una de les seves obres, *Vent de grop*, es va convertir en una pel·lícula *La lenta agonía dels peixos fora de l'aigua*, dirigida per Roviira Beleta i interpretada per Joan Manuel Serrat, una aparició a l'escena catalana que no va estar exempta de polèmica.

A partir dels anys seixanta, reprèn algunes col·laboracions puntuals amb la premsa, com a *Tèle/Estel*, però sobretot es vincula amb *Presència*. Allà trobarà una tribuna per expressar idees i opinions que marcarà el final d'una trajectòria com a periodista a més de vincular-la a la seva ciutat natal.

Aurora Bertrana —que va morir el 3 de setembre de 1974— va ser una dona avançada al seu temps, que va trobar gust a l'aventura, als viatges, al risc però també a l'estudi i la reflexió. La intensa i atzarosa peripècia vital fa bona la frase que deixà a les *Memòries*: “El primer que s'ha de fer amb la vida és 'viure-la' i després, si de cas, 'escriure-la' amb coneixement de causa”. Ç

Més informació a:

<http://anybertrana.lletrescatalanes.cat> → Web de l'Any Bertrana





TORRE TELEFÓNICA

SEU CORPORATIVA

BANC DE SANG

NEXUS I

MEDIA-TIC



Des de la seva creació, el 1916, el Consorci ha evolucionat amb Barcelona, pioner en la dinamització de l'economia i constant en el seu compromís social.

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

EL CONSORCI  
DE LA ZONA FRANCA

**100 ANYS**  
**FENT CRÉIXER**  
**BARCELONA**



# UNA PERSECUCIÓ ENDÈMICA

El govern d'Erdogan escriu el darrer capítol  
de la història de Turquia contra la premsa lliure

TEXT ESTHER MOLAS



Recep Tayyip Erdogan, president de Turquia, quan encara era primer ministre.



**El govern del president Recep Tayyip Erdogan està perseguint bona part de la premsa turca sense concessions. La situació és desesperant i preocupant, sobretot arran del fallit cop d'Estat del passat mes de juliol. Ara bé, la manca de llibertat de premsa no és un problema nou en aquest país d'història convulsa. En realitat, els problemes amb els periodistes s'arrossegueu des de la mateixa fundació de la república actual. En els darrers temps, però, tot això s'ha agreujat, malgrat que hi ha nombroses veus, silenciades al país, que ho denuncien.**

La llibertat de premsa i la llibertat d'expressió no existeixen actualment a Turquia, sota el règim d'Erdogan. Els fets ho demostren: més d'un centenar de mitjans esborrats del mapa, milers d'acomiadaments en mitjans diversos, més de 700 carnets de premsa retirats i més de 150 periodistes empresonats a terres turques. Tot això està passant des del fallit cop d'Estat del mes de juliol de 2016. La retirada de passaports, la censura a Internet i

## EL GOVERN D'ERDOGAN HA EMPRESONAT MÉS DE 150 PERIODISTES I HA RETIRAT MÉS DE 700 CARNETS DE PREMSA

xarxes socials o la caça de bruixes contra el col·lectiu periodístic progressista està a l'ordre del dia.

Juntament amb els acomiadaments massius, el govern d'Erdogan ha utilitzat tàctiques d'asfíxia financera per fer desaparèixer mitjans crítics, que sempre relaciona amb o sense fonament amb el moviment kurd o els seguidors del clergue Fetullah

Gülen. Hi ha una premsa silenciada i una premsa comprada. El periodisme turc està ara mateix a la UVI en estat vegetatiu. Una de les darreres víctimes és el periodista Hamza Yalçın, detingut i empresonat a Can Brians des del 3 d'agost per una ordre de detenció internacional per haver criticat Erdogan

La situació, greu, va més enllà de la premsa. Tal com denuncia Amnistia Internacional, “des del fallit cop d'estat de juliol, estudiants i professors, periodistes i escriptors que es pronuncien contra el govern corren el perill de ser sotmesos a una investigació criminal i a un judici, a més de patir actes d'intimidació, fustigació i censura”.

### UN PROBLEMA HISTÒRIC

La llibertat de premsa a Turquia ja estava amenaçada des de molt abans de la fundació de la moderna República de Turquia l'any 1923. La interrelació entre l'Estat,

les lleis (restrictives) i el model d'empreses periodístiques explica la censura i la manca d'independència dels mitjans de comunicació a Turquia.

En temps de l'imperi otomà, l'Estat va ser el primer impulsor de l'activitat periodística per tal d'informar la població dels esdeveniments a la regió amb l'objectiu de contrarestar aquelles informacions que poguessin ser incompletes o que busquessin anar en contra dels interessos de l'imperi.

Pels volts dels anys 1860, es van produir les primeres lleis de regulació de la professió periodística que ja en limitava la pràctica i incloïen certes prohibicions. Malgrat que la constitució otomana de 1876 incloïa un article sobre la llibertat de premsa –dins els límits establerts per la llei–, la censura va ser utilitzada freqüentment i molts periodistes d'aquella època van haver d'exiliar-se sota el mandat del sultà Abulhamid II (1876-1909).

Amb la proclamació de la segona constitució otomana l'any 1908, bona part dels



Dilek Dündar, esposa de Can Dündar, ajuda a retenir a Murat Sahin, que va intentar atemptar contra el seu marit a la sortida de la vista del judici. Foto: Can Erok

## S'UTILITZEN TÀCTIQUES D'ASFÍXIA FINANCERA PER FER DESAPARÈIXER MITJANS DE COMUNICACIÓ CRÍTICS AMB EL GOVERN

propietaris de diaris es van alçar contra l'obligatorietat d'enviar a l'Estat l'edició diària per a la supervisió. El 24 de juliol d'aquell any, és encara recordat avui dia com a la “festa dels periodistes”. L'any següent, es va reformar el codi periodístic permetent-hi la supressió d'un article que obligava a demanar una llicència a l'Estat per tal de publicar un nou diari,

tan sols seria necessari notificar-ho. Sota el nou codi, l'únic motiu pel qual el govern podia ordenar el tancament d'un diari, seria l'insult de qualsevol minoria nacional o religiosa. Tanmateix encara no existia a l'època una clara pràctica periodística independent. Ser periodista i membre d'un partit polític no constituïa un problema ètic.

### CONTRA ELS CRÍTICS

El nombre de diaris va començar a davallar a partir de 1910 a mida que el partit al poder consolidava l'hegemonia. Mentre que, el 1908, a Turquia hi havia 353 diaris en circulació, l'any 1910, van passar a ser-ne 130 i a començament de la Primera Guerra mundial tan sols quedaren vuit capçaleres al país.

## EMPRESONATS I EXPOSATS

La mostra itinerant “Expression Interrupted” exhibeix més de 150 periodistes i escriptors turcs que actualment estan empresonats. El denominador comú és que les persones de la mostra són a la presó per exercir el dret constitucional d'expressar-se. Aquesta exposició es va inaugurar, al maig, a la seu del Parlament Europeu, a Brussel·les, en el context del Dia Mundial de la Llibertat de Premsa, gràcies a la feina dels organitzadors i eurodiputats i eurodiputades Rebecca Harms, Alexander Graf Lambsdorff, Kati Piri, Marju Lauristin, Terry Reintke i Bodil Valero. La mostra està dissenyada per Bülent Erkmen, conegut dissenyador gràfic turc, i està comissariada per la Platform For Independent Journalism (P24), de la qual en Hasan Cemal n'és el president fundador. Per a més informació, cal contactar amb la pàgina web [www.platform24.org](http://www.platform24.org) o el twitter @P24Punto24.

Amb la caiguda de l'imperi Otomà i l'arribada al poder de Mustafa Kemal Atatürk, fundador de la moderna República de Turquia, la llibertat de premsa va ser reinstaurada temporalment. Arran de la supressió de l'alçament de Sheikh Said al sud-est del país, l'any 1925, amb l'objectiu de fer reviure l'antic califat islàmic, el govern d'Atatürk va promulgar dures lleis contra tot tipus d'oposició al procés de construcció de l'estat kemalista.

## EN AQUEST PAÍS LA LLIBERTAT DE PREMSA HA ESTAT AMENACADA DES DE MOLT ABANS DE LA FUNDACIÓ DE LA MODERNA REPÚBLICA DE TURQUIA EL 1923

Com a conseqüència d'això, molts periodistes crítics van ser apartats o van haver d'exiliar-se i diversos directors de diaris

van ser detinguts. Amb la introducció de l'alfabet llatí, una de les reformes modernitzadores més importants d'Atatürk, es va prohibir la publicació de diaris en alfabet àrab, cosa que va fer disminuir la circulació total de diaris, fet pel qual van ser compensats.

La censura durant aquella època era entesa com a necessària per tal de fer front a les veus contràries al republicanisme kemalista.

Aquells diaris que actuessin en contra de la nació serien prohibits sense necessitat d'una ordre judicial. La majoria d'editors de diaris eren allora membres del Partit Republicà del Poble d'Atatürk. Tanmateix, Yunus Nadi, fundador del diari *Cumhuriyet* (*La*

*República*), va posar de manifest la neutralitat i independència del diari respecte del govern i els seus partits, tot declarant-se defensors i representants de la república turca.

## AUTORITARISME I CONTROL

Amb la mort d'Atatürk i l'esclat de la Segona Guerra mundial, en què Turquia va adoptar una posició neutral, la premsa va quedar controlada completament per l'Estat per raons de seguretat nacional.

En acabar la guerra, el partit republicà va suavitzar la censura periodística. L'arribada al poder, l'any 1950, del Partit Demòcrata d'Adnan Menderes, de dretes i moderadament religiós, va anar acompanyada d'un codi periodístic de to liberal. Es va eliminar l'obligació d'obtenir el permís

## VEUS SILENCIADES

Can Dündar i Dogan Tiliç, guardonats recentment a Catalunya

El periodista Can Dündar (Ankara, 1961) actualment viu exiliat a Berlín. Periodista turc de prestigi, Dündar va estar en el punt de mira d'Erdogan a partir dels seus articles sobre els esdeveniments al parc Ghezi, desobediència espontània de moltes persones que va tenir lloc, l'estiu de 2013, per protegir el petit parc situat al cor d'Istanbul.

Erdogan, indicant els periodistes que van criticar la intervenció policial, va dir "maleït sigui aquest periodisme" i després molts professionals van ser acomiadats, entre ells Dündar, llavors columnista de *Milliyet*. A principi de 2015, quan Dündar dirigia *Cumhuriyet* (prestigiós diari de centre-esquerra, el primer diari de la República Turca) l'odi cap a la premsa crítica es va accentuar des del govern d'Erdogan. Llavors, quan Dündar va publicar imatges que demostraven que el Servei d'Intel·ligència Turca enviava armes als gihadistes de Síria el van titllar de "traïdor a la pàtria" i van arrestar i empresonar tant Dündar com Erdem Gül, una altra periodista crítica, acusant-los de formar part d'una organització terrorista,

d'espionatge i de revelació de documents confidencials, fet pel qual s'enfrontaven a una petició de cadena

### DÜNDAR ES VA HAVER D'EXILIAR A BERLÍN DESPRÉS QUE L'EMPRESONESSIN I INTENTESSIN ASSASSINAR-LO

perpètua. Dündar va ser condemnat a cinc anys i deu mesos de presó. Davant això, els periodistes turcs es manifestaren al carrer exigint l'alliberament immediat de Dündar i Gül. Molts col·legues turcs van denunciar els fets des de la Union of Turkish Bar Associations. I van anunciar que demanarien a magistrats i fiscals una investigació judicial.

Gràcies a les pressions, finalment, els dos periodistes van ser alliberats després de cinc mesos a la presó. Però, el 6 de maig, Murat Sahin va disparar contra Dündar a la sortida de la vista del judici. Per sort, no el va ferir i la seva dona Dilek va ajudar a retenir-lo. L'agressor va sortir de la presó, pocs dies després, i Dündar va abandonar Turquia en direcció a Berlín. Des d'allà, ha fundat el diari digital *Özgürüz* (*Som lliures*), en alemany i en turc. La seva dona, Dilek, no pot sortir de Turquia i el seu fill Ege viu a Londres.

Can Dündar ha rebut molts premis al llarg de la carrera periodística, però li va fer especial il·lusió recollir el Premi



Can Dündar amb el Premi Ernest Udina Lliurat el 29 de juny a Barcelona.

Ernest Udina a la trajectòria europeista 2017, que atorga anualment l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya. El president, José María Martí Font, va declarar que Dündar "representa la Turquia que pot seguir aspirant a formar part del projecte europeu".

### EXPLICAR LA VERITAT

D'altra banda, en el III Simposi Llibertat de Premsa, que va tenir lloc el 4 i 5 de maig, a Lleida, el convidat a donar la conferència de clausura va ser el periodista turc Dogan Tiliç. El corresponsal de l'Agència EFE a Turquia, des de fa dues dècades, va defensar el periodisme com la professió d'explicar la veritat del que succeeix. "Ens hem d'unir per defensar la llibertat de premsa que va lligada a la democràcia. La llibertat de premsa és un afer que ens afecta a nivell internacional i s'ha d'actuar conjuntament. Els poderosos ens volen espantar, ja que saben que la por es contagia, però el coratge també s'encomana", va comentar.

Tiliç, també guardonat amb el VII Premi Internacional de Llibertat de Premsa de la Universitat de Màlaga a proposta de la Càtedra Unesco de Comunicació, va denunciar que "molts *blocaires* i *trols* estan pagats per les grans companyies per tal de controlar la informació i l'opinió". "A Turquia, les preguntes no són gairebé mai ben vingudes", va afegir.

El simposi va ser organitzat per la Demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Universitat de Lleida, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Lleida, entre altres institucions.



Manifestació el passat febrer demanant la llibertat de Deniz Yücel, corresponsal a Turquia del *Die Welt*, el primer periodista estranger en presó preventiva després del fallit cop d'Estat. Foto: Euronews

del govern sobre la línia editorial del diari i va atorgar drets socials als periodistes.

Malgrat el tancament del diari *Ulus*, lligat al partit republicà, el naixement de diaris com *Hürriyet* i *Milliyet*, encara en circulació, va donar pas a un periodisme de caire comercial gràcies als subsidis del govern.

## ENTRE 1960 I 1983, EL PERÍODE DELS COPS D'ESTAT, ES VAN ASSASSINAR, TORTURAR I EMPRESONAR PERIODISTES I INTEL·LECTUALS

Aquesta pràctica, però, va ser utilitzada tot seguit per controlar els diaris, afavorint-ne uns per damunt d'uns altres. L'any 1955, es va instaurar la llei marcial, que anul·lava els drets i llibertats dels periodistes, com a resposta als incidents del 6 i 7 de setembre en què un grup va atacar la minoria grega i altres minories no musulmanes a Istanbul després que una bomba esclatés a prop de la casa on va néixer Atatürk a Salònica. Després es va saber que el mateix Partit Demòcrata n'estava al darrere.

El període entre 1960 i 1983, conegut com el període dels cops d'Estat, va estar

marcat per l'assassinat, la tortura i l'empresonament de periodistes i d'intel·lectuals turcs. Els successius cops d'estat van anar acompanyats de dictadures militars que van interrompre el camí democràtic de Turquia. El cop d'estat de 1980 encapçalat pel general Kenan Evren i, en concret, la constitució de 1982, esmenada força vegades, conté un seguit d'articles que soscaven enormement el dret a la llibertat d'expressió al país. Moltes de les lleis que regeixen la seguretat nacional i la integritat territorial de l'estat permeten una interpretació prou àmplia i ambigua, la qual ha donat lloc a abusos amb la seva aplicació.

### PERIODISTES ENTRE REIXES

La majoria de periodistes empresonats a Turquia avui en dia ho estan sota aplicació de l'article 314 del codi penal turc o sota la llei antiterrorista. La llei antiterrorista considera com a delictes "imprimir o publicar declaracions o anuncis d'organitzacions terroristes". La llei s'adreça a aquells que distribueixen propaganda terrorista, si

bé deixa oberta la possibilitat de processar tots aquells periodistes que cobreixin les activitats d'organitzacions terroristes.

La mateixa llei també considera com a terrorista tot aquell o aquella que sigui membre d'una organització que tingui com a objectiu canviar els atributs de la República. Mentre el govern d'Erdogan assegura que els periodistes en qüestió són a la presó pel fet d'estar involucrats en activitats il·legals, associacions defensores dels periodistes no consideren que hi hagi suficient proves per determinar-ne la culpabilitat.

La solució passa, d'una banda, per una reforma de les lleis que elimini els buits legals que permeten l'enjudiciament dels opositors polítics i, de l'altra, per una reforma judicial que permeti un procés legal com cal.

La regressió de la llibertat de premsa sota el govern de l'AKP en els darrers catorze anys no es pot entendre sense fer una mirada enrere a la història del país. La història ens demostra com la llibertat de premsa ha estat sacrificada en pro de la unitat i integritat del país. Ç





## 29<sup>è</sup> PREMI "PICA D'ESTATS"

La Diputació de Lleida, mitjançant el Patronat de Turisme, convoca el 29è Premi Turístic Internacional "Pica d'Estats" de Premsa, Ràdio, TV i Internet, destinat a la difusió turística de les comarques de Lleida.

### BENEFICIARIS

El premi va adreçat als autors que hagin publicat o emès els seus treballs periodístics en els diferents mitjans de comunicació i que tinguin com a prioritat la difusió turística de les comarques de Lleida. Un mateix autor podrà optar a més d'una categoria del premi.

### REQUISITS DELS TREBALLS

Podran optar al premi tots els continguts periodístics publicats en qualsevol suport (premsa escrita, ràdio, televisió, internet, etc.) i produïts en qualsevol idioma en el període comprès entre el 19 d'octubre de 2016 i el 18 d'octubre de 2017.

En el cas dels treballs trans mèdia, els autors només podran optar a una categoria, a excepció de la fotografia.

Un mateix autor o autors només podran presentar un màxim de tres treballs per categoria, prioritzant aquella que considerin que reflecteix amb més fidelitat el llenguatge del mitjà, a excepció de la fotografia, on podran optar en dues categories.

### TERMINI DE PRESENTACIÓ

La presentació i la inscripció de treballs es faran en el termini comprès entre el 20 d'octubre i el 20 de novembre de 2017, ambdós inclosos.

### INSCRIPCIONS

La inscripció i els treballs hauran de ser lliurats pels autors, o per qualsevol persona o entitat que n'acrediti el consentiment, i tramesos a:

**PREMI "PICA D'ESTATS"**  
**PATRONAT DE TURISME**  
**DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA**  
Rambla Ferran, 18, 3r. 25007 Lleida  
I via on-line per mitjà de l'adreça següent:

[www.aralleida.cat/pica](http://www.aralleida.cat/pica)

### PREMIS

S'atorgaran 8 categories de premis:

<b>PREMSA ESCRITA</b>	<b>5.000 €</b>
<b>RÀDIO</b>	<b>5.000 €</b>
<b>TELEVISIÓ</b>	<b>5.000 €</b>
<b>PREMSA ESPECIALITZADA EN VIATGES I TURISME</b>	<b>5.000 €</b>
<b>REPORTATGE FOTOGRÀFIC</b>	<b>5.000 €</b>
<b>PREMSA INTERNACIONAL</b>	<b>5.000 €</b>

Al millor treball publicat o emès a l'estranger.

<b>MITJANS DE COMUNICACIÓ LOCAL</b>	<b>5.000 €</b>
-------------------------------------	----------------

Al qual podran optar tots els mitjans de comunicació de les Terres de Lleida.

<b>INTERNET</b>	<b>5.000 €</b>
-----------------	----------------

Portals informatius multimèdia. Qualsevol treball publicat a internet o a les xarxes socials.

### JURAT

El jurat el formaran reconeguts professionals del món de la comunicació. El jurat qualificador es reunirà a Lleida el 10 de febrer de 2018. El premi podrà ser declarat desert si el jurat qualificador ho considera oportú.

La convocatòria i les bases completes del 29è Premi Turístic Internacional "Pica d'Estats" es poden consultar al web:

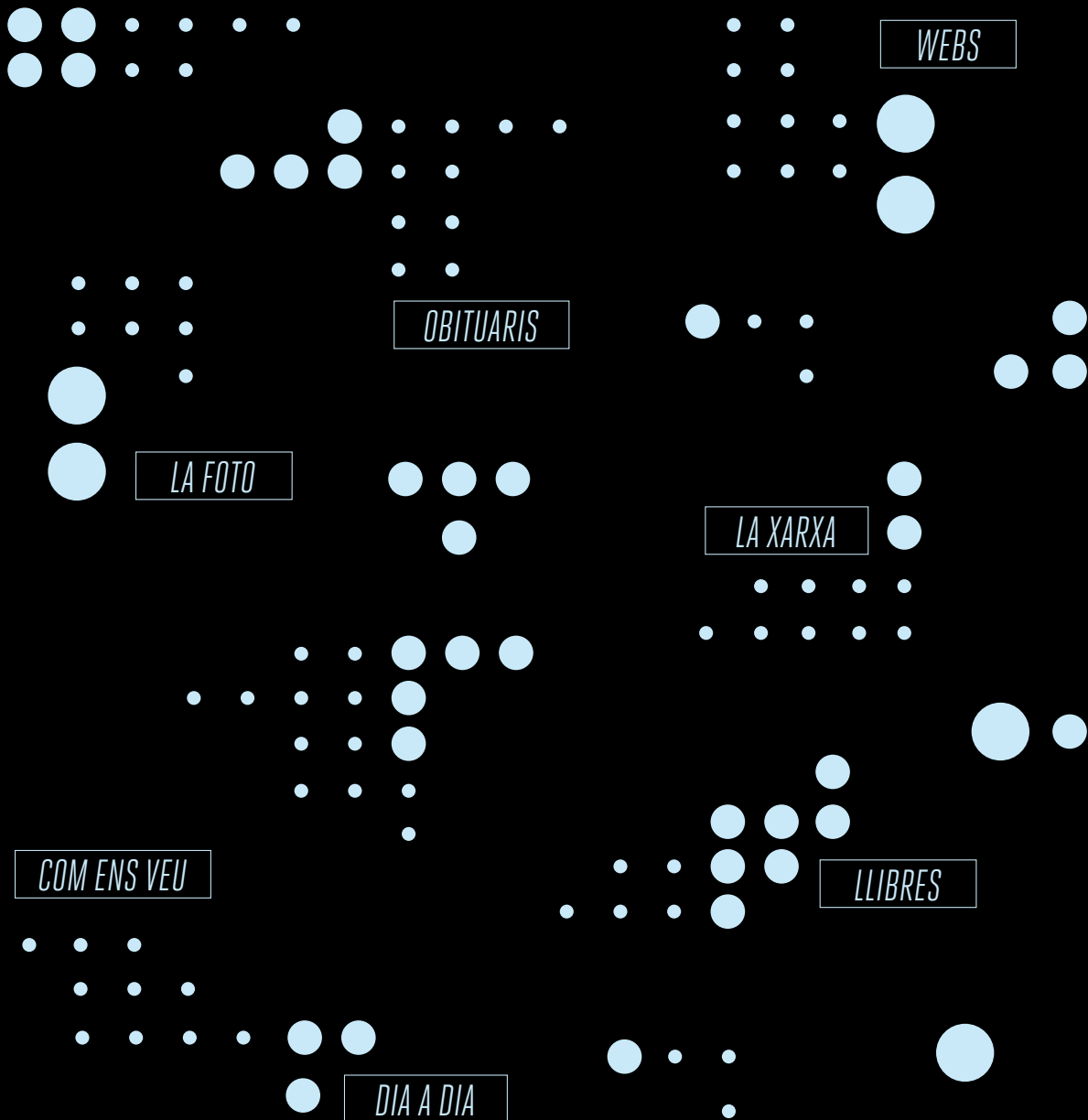
[www.aralleida.cat/pica](http://www.aralleida.cat/pica)





# SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



## LES CLAVEGUERES DE L'ESTAT

[www.youtube.com/watch?v=2-JuqM6yW9A](http://www.youtube.com/watch?v=2-JuqM6yW9A)

[www.podiumpodcast.com/v-las-cloacas-del-estado/](http://www.podiumpodcast.com/v-las-cloacas-del-estado/)

En el primer enllaç, els deu episodis de la sèrie en format podcast "V, las cloacas del Estado" creada per Álvaro de Cózar amb l'objectiu d'explicar les clavegueres de l'Estat espanyol en les darreres dècades i, especialment, el paper que en aquest fosc escenari ha tingut el comissari Gómez Villarejo. Els podcasts sumen més de 600.000 usuaris. En el segon enllaç, el tràiler del polèmic documental "Las cloacas de Interior", de MediaPro basat en les investigacions dels periodistes Carlos Enrique Bayo i Patricia López, del diari *Público*, sobre les maniobres ocultes del Ministerio del Interior.



## WIKITRIBUNE

[www.wikitribune.com](http://www.wikitribune.com)

Jim Whales, el creador de Viquipèdia, impulsa aquesta plataforma periodística on col·laboraran professionals i voluntaris per crear un nou model que permeti verificar els continguts que es publiquin. "Volem assegurar-nos que vostè llegeixi articles basats en fets que tenen un impacte real en els esdeveniments locals i globals. I aquestes històries poden ser fàcilment verificades i millorades", diu Whales.

## EL CAS MEXICÀ

<http://riodoce.mx/category/javier/>

L'assassinat del periodista Javier Valdez Cárdenas a uns metres de la revista on treballava, *Riodoce*, és un dels casos més colpidors de les estadístiques mexicanes: des de l'any 2000, han estat assassinats més d'un centenar de professionals. En un article, Valdez Cárdenas explicava així la situació: "El bon periodisme, valent, digne, responsable, honest, no té societat al seu voltant; està sol, i això parla també de la nostra fragilitat".

## TERRORISME GIHADISTA

[www.iwastoldtocomealone.com/](http://www.iwastoldtocomealone.com/)

Souad Mekhennet, nascuda a Alemanya i filla d'emigrants islàmics, vol explicar la complexitat del fenomen del terrorisme de l'ISIS en el llibre *I Was Told to Come Alone: My Journey Behind the Lines of Jihad*. Mekhennet ha treballat per a mitjans com *New York Times*, *Frankfurter Allgemeine* i *Washington Post*. Formava part de l'equip que va descobrir la veritable identitat de "Jihadi John", un botxí de l'Estat Islàmic amb nacionalitat britànica.

## PERIODISME POST-SNOWDEN

<https://boingboing.net/2017/06/13/opsec-in-newsrooms.html>

Aquest conjunt d'assajos, publicat per Columbia Journalism Review Books, analitza el paper del periodisme independent i crític quan entra en conflicte amb els sistemes d'espionatge endegats pels governs. Entre altres, hi col·laboren, Edward Snowden, Alan Rusbridger (Reuters Institute), Jill Abramson (exdirectora del *New York Times*), l'advocat i escriptor Glenn Greenwald i Steve Coll (Columbia School of Journalism).

## PERIODISME, TEXANS I MÒBIL

<http://edition.cnn.com/profiles/yusuf-omar>

Yusuf Omar, actualment a la CNN de Londres, ha batejat la seva manera de treballar com "Jeans Journalism", perquè bàsicament utilitza el mòbil i altres eines digitals que porta al damunt. Omar ha cobert conflictes a l'Àfrica i l'Orient Mitjà i ha preparat centenars de periodistes a través de cursos de periodisme mòbil.

## DIGITAL, BREU, CLAR

[www.axios.com](http://www.axios.com)

Un nou mitjà digital nord-americà orientat a usuaris digitals i basat en un estil breu i d'estructura clara que, a més, no utilitza bàners, finestres emergents i altres recursos publicitaris semblants. Està impulsat per Jim VandeHei, un dels creadors de *Politico*. El seu manifest diu que "els mitjans de comunicació estan trencats i massa sovint són una estafa. Les històries són massa llargues. O massa avorrides. Els llocs web són un embolic enganyós".

## THE GUARDIAN I THE OBSERVER REDUIRAN PAPER

[www.bbc.com/news/uk-40267732](http://www.bbc.com/news/uk-40267732)

*The Guardian* i *The Observer* (edició germana que surt el diumenge) han anunciat que, el 2018, canviaran a format tabloide dins d'un pla d'adaptació a la crisi. Actualment, ambdós diaris tenen el format anomenat berlinès, després de deixar dotze anys enrere el tradicional format llençol. *The Observer* es publica des de 1791. Els orígens de *The Guardian* es remunten a l'any 1821.

## EL BREXIT, LA BBC I EL MODEL NORD-AMERICÀ

<https://shorensteincenter.org/unbiased-reporting-brexit-trump-uk-us/>

Aquest estudi d'Helen Boade, exdirectora de BBC News i BBC Radio, analitza, en el marc del Brexit, les diferències periodístiques i de relació amb els poders entre el model de finançament de la cadena pública anglesa (bàsicament una subvenció estatal que es finança amb el cànon que paguen els propietaris de televisors) i els mitjans nord-americans, que funcionen en un mercat comercial.

## CATALANOFÒBIA

[www.media.cat/2017/06/15/catalanofobia-boc-expiatori/](http://www.media.cat/2017/06/15/catalanofobia-boc-expiatori/)

Aquest treball del *Media.cat* recopila i analitza un mes (el maig passat) de manifestacions de catalanofòbia, als mitjans i a les declaracions de personatges públics o en opinions a les xarxes socials. No per conegut, el tema no és greu i preocupant.

## WEB RENOVAT

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

El web del Col·legi de Periodistes ha canviat el domini .org pel .cat. El nou web té una navegació més senzilla i ràpida i un disseny adaptat a la lectura en mòbils i tauletes. El canvi també ha tingut lloc a algunes de les xarxes com Twitter (@periodistes\_cat). A més, els col·legiats poden modificar els correus electrònics incorporant el .cat.

# L'AJUT DE LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL

EXPERTS I MITJANS VEUEN LA SUMA DE TECNOLOGIES  
COM UNA NOVA FRONTERA PER AL FUTUR DEL PERIODISME



La utilització de sistemes d'intel·ligència artificial en el món del periodisme és cada vegada més important, tot i que una barreja de desinformació, promoció massiva (en anglès, *hype*) i visualització ingènua de l'escenari (evidentment, no som en una pel·lícula de ciència-ficció, envoltats de robots reporters) impedeixin veure l'abast real del fenomen. I cal recordar que tot just està començant i té molts eixos rellevants: crisi, canvi tecnològic, digitalització social, nous models de relació amb els usuaris, gestió de grans volums d'informació, diferents plantejaments econòmics de les empreses, etcètera.

La Xarxa reflecteix visions diverses sobre aquest tema, inclosos els dubtes raonables sobre aspectes laborals i ètics que en algun moment plantejarà la utilització de la intel·ligència artificial, però en general sembla que creix la idea que aquesta és una opció imprescindible de cara al futur.

En una recent trobada professional dels mitjans i Google sobre el tema, Luca D'Aniello, director tècnic d'Associated Press, assegurava que "hi ha molta feina per fer, si bé es tracta de la mentalitat. Fins fa poc, la tecnologia es veia com un disruptor de la redacció i era difícil introduir-hi coses. No crec que això ara sigui així. La urgència i la necessitat es perceben en l'àmbit editorial".

## SISTEMES AUTOMÀTICS

Hi ha referències interessants. Per exemple, els sistemes informàtics redaccionals que comercialitzen Narrative Science i Automated Insights. AP, pionera en l'elaboració automàtica de resums econòmics sobre empreses (cosa que li ha permès multiplicar per deu el volum de treball) i que va implementar als JJOO de Rio 2016 sistemes automàtics de fer fotos i etiquetar-les, parla del futurible *augmented journalism* i defineix cinc àrees de la intel·ligència artificial que beneficien el periodisme: *machine learning*, llenguatge natural, sistemes de conversió text-parla i parla-text, reconeixement d'imatges i sistemes robotitzats.

## LA IDEA ÉS QUE ALLIBERIN ELS MITJANS I ELS PERIODISTES DE LES FEINES FEIXUGUES O MENYS RELLEVANTS

De fet, ja proliferen els *chatbots* i altres agents virtuals i artificials que permeten mantenir, via Internet, petites converses en temps real amb els usuaris. Tenim sistemes d'identificació i anàlisi de dades com el projecte Heliograf que el *Washington Post* fa servir per assenyalar nous punts d'interès als periodistes i augmentar així la quantitat i qualitat d'històries que produeix, a més de buscar nous grups de públic.

## MILLORES CONSTANTS

D'altra banda, hi ha molts exemples propers en l'ús de la intel·ligència artificial. Facebook i Google utilitzen diàriament sistemes basats en *machine learning* i *big data* per gestionar recomanacions, anuncis, etcètera. I aquest tipus d'eina és la que fan servir els sistemes de traducció automàtica, tan millorables encara, però que tant han progressat en els darrers temps. Tal com diu Jeff Bezos, fundador d'Amazon i actual propietari del *Washington Post*, "ara estem resolent problemes amb l'aprenentatge automàtic i la intel·ligència artificial que han estat en l'àmbit de la ciència-ficció durant les últimes dècades. I la comprensió del llenguatge natural i els problemes de reconeixement visual artificial viuen un renaixement sorprenent".

La intel·ligència artificial crea models que aprenen dels humans i de l'entorn, que interpreten tota mena de dades, que gestionen grans volums d'informació i que es reformulen amb l'experiència. La idea és que aquests sistemes han d'alliberar els mitjans i els periodistes de les feines feixugues o menys rellevants i deixar-los temps i recursos per a les tasques interessants. Segur que no serà tot tan bonic ni plàcid, tanmateix, és innegable que els mitjans estan perdent la por a dir que utilitzen sistemes d'aquesta mena. I que la intel·ligència artificial, que té implicacions a llarg termini impossibles d'albirar ara mateix, s'ofereix d'entrada com una ajuda per afrontar alguns dels reptes del periodisme.

En aquesta línia, Peter Buhr, responsable d'Innovacions digitals a Axel Springer, assegura que "la intel·ligència artificial allibera els periodistes de tasques molestes. Tot plegat, implica que tenen més temps per fer les coses que realment volen fer: recopilar informació, analitzar-la i donar suport a la formació de l'opinió pública. Aquí és on les màquines poden ajudar realment. Per exemple, poden crear una connexió entre els fets investigats i els fets ja emmagatzemats prèviament. Llavors, la intel·ligència artificial es converteix en un col·lega".

## ENLLAÇOS

[www.cjr.org/innovations/artificial-intelligence-journalism.php](http://www.cjr.org/innovations/artificial-intelligence-journalism.php)

[www.wired.com/2017/02/robots-wrote-this-story](http://www.wired.com/2017/02/robots-wrote-this-story)

[www.wired.com/story/fake-news-challenge-artificial-intelligence](http://www.wired.com/story/fake-news-challenge-artificial-intelligence)





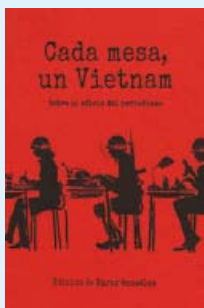
## DIARI AVUI, 1976-2009.

Entre el somni i l'agonia

Maria Favà | Editorial Meteora, 2017 | 384 pàgines



Maria Favà és una periodista de pedra picada. De les d'abans. De quan es caminaven els carrers i es bevia de les fonts. Va entrar a treballar al diari *Avui*, tot just quan aquest naixia, i la van despatxar –jubilació forçada– si fa no fa quan aquest moria, cruspit pel Grup Hermes. Durant trenta-tres anys aquesta cronista va regirar tots els barris de Barcelona i va viure a les entranyes del primer diari concebut, escrit i pensat en català, després dels quaranta anys de sequera feixista. Favà diseca la precària vida del diari i dels habitants. Alguns, heroics; d'altres, no tant. Ens explica, per exemple, el complex d'inferioritat que va arrossegar l'*Avui* des del principi: ignorat per la intel·lectualitat i menyspreat pels processos nacionals, els mateixos que aflluixaven els calés en extremis, i clandestinament, però llegien el diari del senyor comte, que era, al capdavant, el "seu" diari. Al llarg de les quatre-cents pàgines, Favà passa factura sense acritud, s'indigna del trist destí d'un diari que mereixia millor sort –incompetència gestora– i denuncia la desaparició de l'arxiu en paper o la incertesa de l'escapçat i valuós fons d'art del rotatiu.



## CADA MESA, UN VIETNAM

Edició d'Enric González | Jot Down Books, 2017 | 384 pàgines

Aquest és un llibre genuí de periodistes i per a periodistes que parla d'un ofici en perill d'extinció, amenaçat pel fútil "infoentreteniment". Refereix l'editor que el títol pretén ser un homenatge a l'admirat Josep Maria Huertas Claveria, que així va titular el seu llibre de memòries. Tota una declaració d'intencions: que cada taula de redacció esdevingui una trinxera de resistència contra els poders polítics i econòmics i els interessos de la pròpia empresa. Enric González, veterà i llegit periodista, ha escollit vint-i-quatre grans professionals de totes les arts de l'ofici perquè expliquin els fonaments de l'especialitat. El resultat és un al·legat de la independència del periodista i la reivindicació del treball solitari d'uns artesans de la paraula que, simplement, expliquen històries. En aquests temps inhòspits de precariatats laborals i resignacions doloroses, res més gratificant que la lectura d'un grapat de resistents que descriuen l'orgull de la feina ben feta, únic remei, tot sigui dit, per mantenir la dignitat de l'ofici. De lectura obligada per als joves que tot just s'incorporen al procel·lós món del periodisme.



## MEDIOS DEMOCRÁTICOS.

Una revolución pendiente en la comunicación

Pascual Serrano | Editorial Foca, 2016 | 256 pàgines

Vivim, diuen, en la millor de les democràcies, però, sovint, l'absència de debat i les inèrcies interessades sacsegen el dogma. L'univers de la comunicació, per exemple, és un d'aquests territoris d'orografia imprecisa. Pascual Serrano, periodista fundador del portal *Rebelión* i autor d'una vintena de llibres sobre mitjans de comunicació, ens parla dels avançats projectes en matèria de comunicació a l'Amèrica Llatina. Cal dir que els oligopolis mediàtics gestats els anys 60 i 70 a l'empara de les dictadures militars tenien el costum de fer i desfer presidents. Encara avui: les quatre principals corporacions de la regió (Globo, Televisa, Cisneros i *Clarín*) concentren un 60% d'audiències i mercat, a més de ser els principals instigadors de les campanyes contra aquests projectes i normatives que perjudiquen els seus interessos. I quines són aquestes lleis lliberticides? Els bancs i els banquers no poden ser propietaris de mitjans (Equador i Veneçuela); tampoc els polítics (Argentina); una tercera part de l'espectre radioelèctric està reservat a ràdios i televisions populars i comunitàries (Equador, Argentina i Veneçuela); la sanció d'informacions falses, racistes o discriminatòries (Bolívia); legislació contra la concentració mediàtica (Argentina), etc. El llibre de Serrano recull aquestes i altres perles.

## SAVIS. EL COMPROMÍS D'UNA GENERACIÓ

Josep Puigbó

Editorial Meteora, 2016

270 pàgines



Ja és el segon volum que en Josep Puigbó publica amb les seves impecables entrevistes emeses a TV3. Tretze savis més que ens parlen de vida i compromís, de coneixement i d'honestat, amb la serena satisfacció d'aquells que han recorregut el camí amb obstinada dedicació. Tretze savis i sàvies del nostre país que abasten un ventall de disciplines de les quals són mestres i de les quals ens fan cinc cèntims al llarg de les quasi tres-cents pàgines del llibre: de la Neurocirurgia a l'Ètica, de l'Islam a la Història, de la Filosofia Oriental a la Música... La lectura equival, al capdavant, a un apassionant viatge per la història del segle xx.

## EUGENIO D'ORS. 1881-1954

Javier Varela

RBA Libros, 2017

572 pàgines



Javier Varela, premi Gaziel de Biografies i Memòries 2016 amb aquest llibre, ha expressat la poca simpatia que li mereix el personatge que ha glossat. Però aclareix que cal diferenciar el literat de les seves adscripcions polítiques. Eugeni d'Ors és un intel·lectual vilipendiat al nostre país. Sempre de dretes, va passar del catalanisme al falangisme sense despenjar-se i va esdevenir un dels pensadors orgànics de la dictadura franquista fins a la seva mort. Varela mostra les dues cares ideològiques d'aquest dandi egòlatra i arrogant, prolífic escriptor, brillant crític d'art, columnista de Gloses i excepcional creador d'aforismes. La vessant de filòsof, de la qual d'Ors es vantava, és, possiblement, la que pitjor ha suportat el pas del temps, contràriament al que ha passat amb els llibres sobre l'art, com "Tres horas en el Museo del Prado".



## ¿CUÁNDO AMANECERÁ, CAMARADA?

Crónica de la Revolución Rusa 1876-1917

Jean-Paul Ollivier

Clave intelectual, 2017

463 pàgines



Aquest llibre es va publicar per primera vegada el 1967. La revolució bolxevic complia cinquanta anys i Jean-Paul Ollivier va tenir l'encert de recollir el testimoni de més de dos-cents protagonistes de la història que va capgirar Rússia i el món. Una crònica periodística monumental que acaba, precisament, la nit del 6 al 7 de novembre quan Vladimir Illich Uliianov surt del seu amagatall per encapçalar la insurrecció a Petrograd. El llibre, doncs, no parla de la URSS ni de la revolució, sinó que es remunta a dècades abans per explicar el que passava a Rússia i al món, a més de les circumstàncies i les condicions materials del país que van provocar la gestació del moviment bolxevic. Aquest any, 2017, se celebra el centenari de la revolució russa i la reedició del llibre d'Ollivier és tot un encert.

## MIRALLS CREUATS: ROIG/CAPMANY

M. Àngels Cabré

Pagès editors, 2017

278 pàgines



El llibre d'Àngels Cabré, guanyador del 33è Premi d'Assaig Josep Vallverdú 2016, era una assignatura pendent del panorama literari català. Montserrat Roig i Maria Aurèlia Capmany, deixeble i mestra, són dues autores que van convergir en aquells efervescents anys 70 i 80, anys de saludables trencadisses, per marcar una fita de l'excel·lència literària. La ruta vital de cadascuna també coincidiria moltes vegades: la passió d'ambdues pel periodisme i pel teatre, l'activisme polític, la militància feminista... Àngels Cabré va creuant els senderis de les dues autores trobant similituds que, com en una sala dels miralls, accentuen les diferències. Roig i Capmany, Capmany i Roig: una mirada concentrada que retrata tota una època

## SOCIAL MEDIA

Víctor Puig

Editorial Ra-Ma, 2015

340 pàgines



El subtítol del llibre el resumeix perfectament: 250 consells pràctics per a dissenyar la teva estratègia a les xarxes socials. Un manual imprescindible per endinsar-se amb seguretat i eficiència en la selva de les noves, o no tan noves, eines de comunicació social. Segons l'autor, més d'un 80% dels

usuaris d'Internet utilitzen assiduament les xarxes socials. Víctor Puig, periodista i màster en Comunicació interactiva per la UAB, ens ofereix consells aclaridors per "cuidar" la reputació en línia, posicionar-se com cal a LinkedIn, optimitzar l'ús de Twitter, Facebook, Instagram o Google o potenciar les estratègies per gestionar millor la marca. Dirigit especialment a responsables de Comunicació, emprenedors que volen aprofitar al màxim les xarxes socials i estudiants de community management.

## 100 ANYS.

El tebeo que va donar nom als altres

Jordi Manzanares

Diminuta editorial, 2016

170 pàgines



Per a tots aquells que ja tenen una provecta edat, aquest llibre, indefectiblement, els transportarà a les tardes de pa amb xocolata de la infantesa, quan el pare o l'avi anaven al quiosc a comprar el TBO de la setmana. En els temps en blanc i negre de la dictadura, aquell quadern —encara no li deien còmic—

que arribava a casa era percebut com un miratge de colors. I poca broma: l'any 1963, les vendes de TBO van assolir els 280.000 exemplars. Franz de Copenhagen i els seus delirants invents, la normalitat surrealista de la família Ulises, Doña Urraca, Josechu el Vasco, Altamira de la Cueva, Angelito, Melitón Pérez i tants altres són ressuscitats per Jordi Manzanares en homenatge al tebeo per antonomàsia en el seu centenari.

## LA COBERTURA DIGITAL DE UNA CAMPAÑA ELECTORAL

Pipo Serrano

Editorial UOC, 2017

122 pàgines



Pipo Serrano, director d'Estratègia digital del Grup Broadcaster, ens detalla tots els secrets i les interioritats d'una innovadora cobertura digital realitzada pels membres dels serveis informatius d'un canal de televisió. La introducció a les redaccions dels mitjans tradicionals de les eines digitals és tot un repte. El periodisme mòbil (*mojo*, sigles en anglès), per exemple: aquell que amb un *smartphone* produeix, filma, edita i transforma històries per a la televisió. I, a més, les "distribueix" mitjançant Facebook o Periscope. Tota una revolució davant d'unes rutines massa consolidades. Hi ha, però, un seguit d'efectes col·laterals que amenacen el periodisme actual: la sobreinformació, la servitud de la immediatesa, la manca de verificació de la informació... I aquí rau, més que mai, el paper del periodista.

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





#### **ELS MONSTRES EXISTEIXEN**

L'exposició "Material sensible" va ser realitzada per persones que van patir abusos sexuals en la infantesa i és fruit d'un taller dirigit per l'àrea d'Educació de la Fundació Photographic SocialVision i en el qual han participat persones que es troben en procés de teràpia individual dins la Fundació Vicki Bernadet. La mostra, que es va veure al juliol a la galeria Projekteria de Barcelona, té la intenció de ser itinerant. A la imatge, la fotografia "Els monstres existeixen i tenen nom i cognom", de N. J. Alguns autors signen amb sigles per preservar-ne l'anonimat.

N. J.

## MIGUEL ÀNGEL BASTENIER

El periodista Miguel Àngel Bastenier ha mort aquest 28 d'abril a setanta-sis anys d'un càncer de ronyó. Nasqué a Barcelona el 1940, es va llicenciar en Dret i en Història a la Universitat de Barcelona i en Llengua i Literatura anglesa a la Universitat de Cambridge. El 1961, es va graduar a l'Escola Oficial de Periodisme de Madrid. El 1977, va dirigir el diari *Tele/eXprés* i, dos anys més tard, fitxaria per *El Periódico*, on va ser subdirector. El 1982, es va incorporar a *El País*, on va treballar trenta-cinc anys, col·laborant en la creació de l'edició de Catalunya. Al diari de Prisa, va ser subdirector d'Informació i subdirector de Relacions internacionals. Des de 2006, era columnista i editorialista. Professor de l'escola de periodisme d'*El País*, estava considerat un dels principals experts en política internacional.

## AVELINO PI

El fotògraf Avelino Pi, nascut el 1933, va morir el 4 de juny a vuitanta-tres anys. Va estudiar química, però des dels anys setanta es dedicava a la fotografia esportiva. Va treballar per a marques com Myrurgia, Lacoste, Adidas o Kodak, i va realitzar moltes portades per a *La Vanguardia*. Va tenir una vinculació especial amb els Jocs Olímpics, que va fotografiar vuit vegades i, durant cinc anys, fou el fotògraf del cotí. La seva obra es va poder veure en exposicions al Reial Cercle Artístic, el 1972; a la Sala del Consell Superior d'Esports, el 1973 i el 2009; a la Sala Kodak, el 1982; a la Galeria Olímpica, el 1996 i el 2001; al CaixaForum de Barcelona, el 2008, i al Palau Robert, el 2009. L'Arxiu Nacional de Catalunya va adquirir-ne l'arxiu fotogràfic.

## ENRIC BAÑERES

Enric Bañeres, veterà periodista de setanta-dos anys, va morir l'1 d'agost després d'haver tingut un infart uns dies abans. Va ser un dels referents del periodisme esportiu català amb quaranta-set anys de trajectòria professional. Nasqué a Almenar (Lleida), durant catorze anys va ser cap d'Esports de *La Vanguardia*. Havia estudiat a l'Escola de Periodisme i va treballar al *Diari de Lleida*, a les revistes satíriques *Barrabás* i *El Papius* i a *El Correo Catalán*. Va col·laborar a *El Mundo Deportivo* entre 1995 i 2015 i, actualment, era professor de postgrau en Periodisme Esportiu a la Universitat Internacional de Catalunya. També va ser tertulià d'esports a RAC1 i va col·laborar amb la SER. Era autor de diversos llibres com *Las Ligas del Barça*, *Dichoso Barça*, *Estimada Basilea*, *Qué Sabrá Usted de Fútbol* i *Los Mur, Masajistas del Barça*.



Enric Bañeres en una imatge d'arxiu. Foto: *La Vanguardia*.

## JOANA MARIA ROQUE

La periodista balear Joana Maria Roque (Palma, 1952) va morir el 24 de juliol a seixanta-quatre anys. Va estudiar a la UAB i va ser corresponsal de *La Vanguardia* a les Illes. També va treballar a la redacció del *Diari de Mallorca*. Entre el seu llegat, hi deixa la fundació de Ràdio Calvià, la primera emissora de ràdio municipal de Mallorca. En la darrera etapa professional, era responsable de publicacions de l'Ajuntament de Calvià, on va dirigir la revista *Entorn*. Estava casada amb el també periodista Andreu Manresa, actual director general d'IB3.

## JOAN COLOM

El fotògraf Joan Colom va morir, el 3 de setembre, a noranta-sis anys. Pioner del fotoperiodisme i renovador de la fotografia, havia nascut a Barcelona el 1921. Va créixer al Raval i bona part de la seva vida va treballar com a comptable mentre feia fotografies de manera autodidacta amb la seva Leica. Es va iniciar, el 1958, seguint els aires renovadors de Ramon Masats, Xavier Miserachs i Oriol Maspons. Va destacar, sobretot, per fotografiar la Barcelona marginal, des del 'barri xinó', l'antic mercat del Born i les barraques del Somorrostro. El 1960, va participar en la creació del grup artístic El Mussol. El 1961, amb la primera exposició a la Sala Aixelà es va situar com un dels grans fotògrafs espanyols de la seva generació. Va rebre el Premi Nacional de Fotografia (2002), la Medalla d'Or al Mèrit Cultural per l'Ajuntament de Barcelona (2003), el Premi Nacional d'Arts Visuals de la Generalitat (2005) i la Creu de Sant Jordi (2006). El 2012, va donar l'obra al MNAC, que l'any següent va organitzar una exposició retrospectiva ("Jo faig el carrer") amb més de cinc-centes imatges.



Joan Colom de jove, al 'barri xinó'. Foto: Ignasi Marroyo

# 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'ARXIU  
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



## ABRIL

### 1 d'abril

LA VANGUARDIA, GUARDONADA ALS MALOFIEJ. Una medalla d'or, dues de plata i tres de bronze són els premis obtinguts pel diari del Grup Godó en la 25a edició dels premis internacionals Malofiej, reconeguts com els més prestigiosos en el camp de la infografia. Només l'ha superat *The New York Times*, que ha obtingut un or, dues plata i tres bronzes més que *La Vanguardia*. Altres diaris espanyols també guardonats han estat *El Mundo* (una medalla d'or) i *El Correo* (una medalla de bronze).

### 4 d'abril

CONFERÈNCIA D'Àngel Ros. La Llotja lleidatana acull l'acte que la demarcació del Col·legi de Periodistes celebra anualment amb l'alcalde de la ciutat, Àngel Ros. Hi assisteixen, periodistes, polítics i personatges de la societat civil. El president de la Demarcació, Rafa Gimena, dona la benvinguda als assistents. L'alcalde en la seva conferència esmenta alguns dels esdeveniments organitzats conjuntament per l'Ajuntament i la Demarcació durant deu anys, com el Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere i el Simposi sobre la Llibertat de Premsa. Durant l'acte, Ros anuncia que es tornarà a presentar a les eleccions municipals i posa damunt la taula nous projectes com la Seu Vella; el Segre i les Basses.



Foto: Demarcació de Lleida

Àngel Ros, a la dreta, amb Rafa Gimena.

### 10 d'abril

PULITZER PER ALS PAPERS DE PANAMÀ. Els Papers de Panamà, la major filtració i col·laboració periodística de la història, obté un dels premis Pulitzer d'enguany, concretament en la categoria de Periodisme en profunditat. La investigació, que va tenir lloc gràcies a 400 periodistes i a un centenar de mitjans de 80 països —a Espanya *La Sexta* i *El Confidencial*— també ha quedat finalista en la categoria de Periodisme internacional. La base dels Papers de Panamà són més d'onze milions i mig de documents del despatx d'advocats panameny Mossack Fonseca, especia-

litzat en la creació de societats *off shore*, als quals va tenir accés el diari alemany *Süddeutsche Zeitung* i el Consorci Internacional de Periodistes d'Investigació. Aquest treball ha generat més de cinc mil peces informatives.

### 17 d'abril

LA TAULETA I EL TELÈFON SUPEREN L'ORDINADOR. Dades de la consultora IDC han revelat que les tauletes i els telèfons intel·ligents superen actualment les vendes i ús d'ordinadors. La companyia explica que la comercialització d'ordinadors va començar a caure el 2011, quan la clientela va preferir altres instruments, fenomen habitual en tots els països avançats. La reculada de les vendes es va començar a registrar a regions d'Europa, a l'Àfrica, a l'Orient Mitjà, als Estats Units i a Sud-Amèrica. Segons l'anàlisi de la consultora, "els ordinadors no són el que eren" i els usuaris volen aparells lleugers i amb connexió amb tots els països.

### 19 d'abril

BONA SALUT DE LA RÀDIO EN CATALÀ. Segons l'EGM, l'emissora del Grup Godó, RAC1, ha marcat un nou rècord de la ràdio a Catalunya amb 858.000 oients diaris que l'escolten, mentre que Catalunya Ràdio també ha crescut en nombre d'oients, situant-se en els 632.000 diaris. El programa de Jordi Basté a RAC1 (*El món a RAC1*) és líder amb 660.000 oients, mentre que Mònica Terribas amb *El Matí de Catalunya Ràdio* se situa en 495.000 oients, 47.000 més que en l'EGM anterior. En un tuit, el president del Govern, Carles Puigdemont, ha felicitat "especialment" les ràdios en català.

### 26 d'abril

S'APROVA LA FIGURA DEL PRECOL·LEGIAT. Té lloc a la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes de Catalunya, les Assemblees General Ordinària i l'Extraordinària, presidides per la degana del Col·legi, Neus Bonet. La memòria ordinària ha aprovat el projecte de modificació dels estatuts i les activitats de l'exercici anterior, mentre que l'assemblea extraordinària ha aprovat la incorporació de la figura del precol·legiat. Els objectius d'aquesta iniciativa són facilitar el contacte amb la professió i l'accés al món laboral a les persones que estiguin matriculades en qualsevol dels cursos de grau en Ciències de la Informació o de Periodisme en qualsevol Universitat. Els estudiants precol·legiats podran obtenir una sèrie de beneficis, com són participar en la formació continuada

i pràctiques periodístiques del setmanari digital del Col·legi, *Report. Cat*, a més d'utilitzar els serveis del Centre de Documentació. L'import de la quota del precol·legiat és de nou euros el trimestre.



Bonet, al centre, amb membres de la Junta.

Foto: Ignasi R. Renom

## MAIG

### 1 de maig

TERCERA EDICIÓ DEL PREMI RAMON BARNILS. El Grup de Periodistes Ramon Barnils convoca la tercera edició del premi que reconeix i estimula la pràctica del periodisme d'investigació. Els professionals o estudiants interessats a participar-hi poden entregar els reportatges entre el 23 de maig i l'1 de novembre. El Grup Barnils convoca a tres categories per a l'edició d'enguany: premi a l'obra publicada, premi a l'obra inèdita i premi a l'obra publicada en mitjans locals i comarcals. El Premi Ramon Barnils té la finalitat de donar a conèixer reportatges que informin de fets o dades que s'hagin mantingut secretes o passat desapercubides tot i ser rellevants. D'aquests es valoraran, sobretot, les tècniques d'investigació periodístiques emprades. Les obres inèdites que es tindran en compte han de ser exclusivament en format text, en canvi, els treballs ja publicats poden ser tant peces escrites com audiovisuals o sonores. Hi poden participar professionals del periodisme o estudiants de grau o postgrau, autors d'obres inèdites. Els premis per obra inèdita és de 1.400 euros i la publicació al diari *ARA*. D'altra banda, el premi per obra publicada i el de les obres publicades en mitjans locals i comarcals són de 800 euros. L'entrega es farà a Barcelona el proper 12 de desembre. El Col·legi de Periodistes col·labora en la tercera edició d'aquests guardons.

### 2 de maig

TORNA EL MILLOR FOTOPERIODISME AL CCCB. El millor fotoperiodisme torna a Barcelona. Les imatges premiades al World Press Photo tornen al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), però

aquest cop més aviat que mai, ja que fins ara tenia lloc a la tardor i ara s'ha passat a la primavera, cosa que permet que Barcelona sigui una de les primeres ciutats a acollir els guardonats en aquest reconegut certamen internacional. Alguns dels temes abordats en l'edició d'enguany són la guerra de Síria, els atemptats terroristes o les crisis migratòries. La mostra, organitzada per la Fundació Photographic Social Vision, està oberta fins al 5 de juliol. La imatge guanyadora d'enguany és la del fotògraf Burhan Ozbilic, que va immortalitzar l'assassí de l'ambaixador rus a Ankara, Andrei Karlov, amb el cadàver del diplomàtic tot just estès a terra, sense vida.

#### 4 de maig

**PREMI RÀDIO ASSOCIACIÓ.** S'entreguen a l'Auditori ONCE els Premis Ràdio Associació que reconeixen els millors professionals de ràdio en català. El programa *Islàndia* de RAC1, la productora Núria Ventura de Catalunya Ràdio, i els presentadors i periodistes Jordi Hurtado i Elisenda Roca són alguns dels guardonats en la dissetena edició dels premis. Una de les novetats d'enguany ha estat la creació del premi a l'excel·lència destinat als moments radiofònics que mereixien ser considerats com a fets excepcionals. En la primera edició d'aquesta categoria, el premi ha estat per als darrers nou minuts en la transmissió del F.C. Barcelona-París SG de Joan M. Pou a RAC1. Altres guanyadors han estat Ràdio Olot per dos programes d'àmbit esportiu. El premi d'innovació ha estat per a *Els viatges de Carlos Carlos*, d'UPV Ràdio, l'emissora de la universitat Politècnica de València; el Guardó 1924 és per a TV3 per la programació especial amb motiu de la campanya d'acollida de refugiats "Casa nostra, casa vostra" i, finalment, el jurat ha atorgat les mencions d'honor als 25 anys de l'Associació Catalana de Ràdio "per la tasca de promoció i interlocució de la radiodifusió comercial a Catalunya" a Joan Albert Argerich, la primera veu de Ràdio4, que enguany celebra els 40 anys de funcionament, a Jordi Hurtado, per la trajectòria i la professionalitat i a Elisenda Roca per haver combinat els diferents gèneres de la comunicació en diferents àmbits. El jurat també concedeix mencions de qualitat a *La República Santboiana*, de Ràdio Sant Boi, i Badalona matí, de Ràdio Ciutat de Badalona, són les mencions en la categoria de millor programa de ràdio local; *7 de Ràdio* de Ràdio Banyoles i *El compromís ciutadà*, de Ràdio Estel, menció al premi d'integració; i *PopAp* de Catalunya Ràdio i *Territori clandestí* de Ràdio 4, mencions al premi d'innovació. Les mencions de qualitat al millor programa de ràdio són per a *El club de la mitjanit* de Catalunya Ràdio i *La gran vida*, d'IB3 Ràdio. Pel que fa al premi a l'ex-cel·lència, les mencions són per a *Govorit radio*

*Svoboda*, de Ràdio Capital, de Pals, i pels 50 anys de "Cap nen sense joguina", de Ràdio Barcelona-SER-Catalunya.



Foto de família dels guardonats d'enguany.

Foto: Ràdio Associació

#### 17 de maig

**DISSET MIRADES, DOTZE MESOS.** L'exposició "Disset mirades a dotze mesos" s'inaugura a la seu de la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes. Es tracta de 24 imatges, una selecció de les 148 fotografies presentades a la vuitena edició dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local. La mostra ha estat editada per la Diputació de Girona. La inauguració ha comptat amb l'assistència de Joan Ventura, president de la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes, Pere Vila, president de la Diputació de Girona, i Jordi Ribot, guanyador de la millor fotografia de la premsa en la vuitena edició dels Premis Carles Rahola. La mostra després passarà a formar part de les exposicions itinerants de la Diputació.



Un moment de la inauguració de la mostra.

Foto: Martí Artalejo

#### 18 de maig

**L'AEDE PASSA A SER L'AMI.** Els editors de diaris espanyols celebren una històrica assemblea a Madrid en la qual s'han aprovat una sèrie de canvis que impliquen una autèntica refundació d'aquesta entitat creada el 1977. El que fins ara era l'Associació de Editores de Diarios Españoles (aeede) passa a ser l'Asociación de Medios de Información (AMI) oberta a tot tipus de mitjans informatius, siguin o no de pagament, digitals o de paper. D'altra banda, l'assemblea, que ha estat fins ara presidida pel màxim responsable de l'AEDE i conseller delegat de Prisa, José

Luis Sainz, ha estat rellevat per Javier Moll, president de Prensa Ibérica.

**SUÈCIA ARXIVA LA CAUSA CONTRA ASSANGE.** Mentre el fundador de WikiLeaks, el controvertit informàtic i activista Julian Assange, continua reclòs a l'ambaixada equatoriana de Londres sense poder-ne sortir per temor a ser detingut per Scotland Yard, Suècia ha decidit arxivat la causa per presumpte violació sobre uns fets ocorreguts a Estocolm el 2010. Tot i això, Donald Trump encara considera Assange "un element hostil".

#### 19 de maig

**ATORGUEN EL PREMI TERRES DE L'EBRE.** Té lloc a la seu de la demarcació Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes el lliurament del III Premi Terres de l'Ebre de Periodisme. En l'acte, que ha estat presentat per la presidenta de la Junta de Demarcació, Sílvia Tejedor, s'han guardonat *ex aequo* els periodistes Gustau Moreno de Canal 21 i Sònia Castelló de Ràdio Ebre-Cadena SER pels reportatges sobre el monument franquista de Tortosa que es van fer en motiu de la consulta que va promoure l'Ajuntament per conèixer l'opinió ciutadana respecte al monòlit franquista. El reportatge "Memòria del monument", emès per Canal 21 Ebre, buscava donar una visió plural de les diferents opinions sobre el monument, mentre que les 3 peces de ràdio de Sònia Castelló, emeses els dies 17, 23 i 25 de maig estaven centrades al voltant de la construcció del monument de la Batalla de l'Ebre a Tortosa. El tercer finalista ha estat Francesc Millan amb el reportatge "L'Illa dels Bous, el silenci que mata" publicat al setmanari Ebre. Enguany, han participat al certamen fins a 17 treballs de tot Catalunya.



Els guardonats Sònia Castelló i Gustau Moreno.

Foto: Joan Revillas

#### 27 de maig

**EL COL·LEGI CANVIA EL NOM D'USUARI DE TWITTER.** El Col·legi de Periodistes de Catalunya informa que ha canviat el nom d'usuari de Twitter. Els missatges que s'hagin d'enviar hauran de canviar el número utilit-

zat fins ara (@periodistes.org) i canviar-lo pel de @periodistes.cat. D'aquesta manera, el nou nom d'usuari se suma als canvis de dominis que es van portar a terme al web i als correus electrònics. El Col·legi de Periodistes aposta per les xarxes socials com a mètode de difusió de la informació de la institució, de notícies d'interès sobre periodisme i comunicació i del gran ventall de serveis que ofereix.

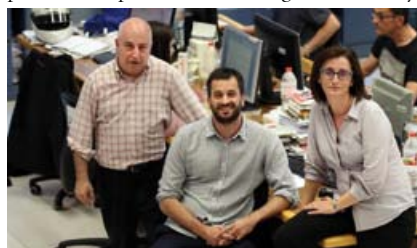
### 31 de maig

CONVOQUEN EL PREMI ATLL DE L'AIGUA. El premi ATLL de l'Aigua convoca la pròxima edició d'aquest guardó, que podrà rebre treballs periodístics fins al 30 de setembre. Els temes tenen com a objectiu promoure i donar a conèixer la temàtica de l'aigua. En el guardó hi col·laboren el Col·legi de Periodistes de Catalunya, l'Agència Catalana de l'Aigua i el Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya. El jurat està format per Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes; Alfredo Gutiérrez, director de l'ATLL, i representants de les universitats que imparteixen Comunicació. S'atorgaran un primer premi de 3.000 euros i tres accèssits de 1.500 euros.

## JUNY

### 1 de juny

CLOENDA DE L'ANY PLANES. La Demarcació de Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya clou a Manresa els actes de l'Any Planes amb el lliurament del cinquè premi Josep Maria Planes a Guillem Sánchez, Jesús Albalat i María Jesús Ibáñez per la investigació del cas dels Maristes. Al llarg de tot l'any, s'han celebrat diferents activitats per reivindicar el precursor del periodisme d'investigació a Catalunya.



Albalat, Sánchez i Ibáñez, premiats.

Foto: Xavier González

ASSEMBLEA DE LA DEMARCACIÓ DE GIRONA. Té lloc la celebració de l'Assemblea General Anual de la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de

Catalunya. En la reunió es presenta la memòria d'activitats del 2016, les principals actuacions de l'any passat i es parla dels projectes de futur immediats. Els col·legiats assistents també expressen diferents idees al respecte. A l'assemblea es repassen algunes de les actuacions més destacades del passat exercici, com ara les activitats de la Setmana dels Rahola, les Mosques de la Informació, els debats i el sopar *off the record*. També s'exposa la intenció del Col·legi de lluitar contra la precarietat laboral i d'organitzar una jornada de treball per consensuar unes línies d'actuació per millorar la situació actual dels periodistes.

LA SER NO RENOVA NIERGA. Gemma Nierga no continuarà al capdavant del magazín matinal *Hoy por hoy* de la SER. La direcció de l'empresa no li renova el contracte que finalitza al juliol. La veterana periodista treballava des de feia quasi trenta anys a la cadena. Gemma Nierga va néixer a Girona el 1965. Llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona, es va incorporar a Ràdio Barcelona el 1987 en un programa musical. Més tard, va passar a l'horari de matinada amb el programa *Parlar per parlar*. El 1997, es va fer càrrec del programa *La ventana* substituint Xavier Sardà, fins al 2012. Nierga ha rebut tres premis Ondas.



Gemma Nierga, acomiadada de la SER.

Foto: SER

### 3 de juny

EL CONSELL DE RTVE S'ELEGIRÀ PER CONCURS. Els partits polítics amb representació al Congrés dels Diputats estableixen que el nou consell d'administració de la corporació pública i el seu president es durà a terme en un termini de tres mesos segons concurs públic. Amb la nova reforma, seran necessaris els vots de dos terços de la Cambra. A partir d'ara, Congrés i Senat hauran d'aprovar en el termini de tres mesos la normativa que establirà l'elecció del president de RTVE mitjançant concurs públic i un procediment de compareixença per avaluar la competència i la idoneïtat dels candidats.

### 5 de juny

FESTA DELS PERIODISTES LLEIDATANS. El Castell de Gardeny acull una nova edició de la Festa dels Periodistes de Lleida, punt de trobada dels professionals lleidatans del sector de la comunicació. La festa, organitzada per la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes, s'inicià amb una visita al Castell de Gardeny de l'ordre dels Templers i va continuar amb un sopar fred a peu dret a l'església del Castell. La sorpresa va ser la projecció d'un vídeo en record dels professionals lleidatans que han mort en la darrera dècada. Després del sopar, es va celebrar el tradicional sorteig de regals dels col·laboradors de la festa (Ara Lleida-Patronat de Turisme, Clea Tushé, Ekke, Monestir de Les Avellanets, NH Hotel Group, la Paeria, Rafting Llavorsí i Raïmat Golf Club).



Els assistents al sopar al Castell de Gardeny.

Foto: Demarcació de Lleida

### 7 de juny

TONI GARRIDO SUBSTITUEIX NIERGA. Després de saber-se que Gemma Nierga no seguirà treballant a la SER, ara s'ha sabut que el periodista Balear Toni Garrido la substituirà al magazín matinal *Hoy por hoy* i formarà tàndem amb Pepa Bueno. Garrido va néixer a Felanitx el 1973. Va iniciar la carrera professional a Ràdio Mallorca. Als anys noranta, va compaginar diversos programes de televisió a Telemadrid, Telecinco, Antena 3, La Sexta i TVE. Últimament, havia exercit de productor audiovisual.

### 10 de juny

LES NITS DE BARCELONA, TEATRALITZADA. Manresa acull una lectura teatralitzada de *Les nits de Barcelona*, del periodista Josep M. Planas. La lectura té lloc a l'Espai Òmnium de Manresa. Interpreten l'obra les actrius Laia Oliveras i Àngel Sánchez sota la direcció de Fina Tàpias. L'acte, que s'inclou dins la celebració de l'Any Planes, està organitzat per la Comissió Josep Maria Planas de la qual forma part la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya.



### 14 de juny

LA DEGANA VISITA GIRONA. La degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Neus Bonet, ha visitat la seu de Girona del Col·legi i ha mantingut una reunió informal amb el president de la Junta, Joan Ventura, a la biblioteca Aurora Bertrana Salazar. Tot seguit, acompanyada pel mateix Ventura així com pel tresorer de la Junta de Girona, Xevi Massachs, Bonet ha estat rebuda per l'alcaldessa de la ciutat, Marta Madrenas. Durant la trobada, l'alcaldessa ha posat en valor la tasca dels periodistes i les relacions amb els mitjans de comunicació com una eina fonamental per fer arribar a la ciutadania la informació que genera l'Ajuntament i que té un interès públic. D'altra banda, Madrenas també ha volgut agrair al Col·legi de Periodistes la bona disposició a col·laborar en actes d'interès social i ciutadà de Girona, com passa amb les beques dels Premis Carles Rahola a treballs centrats en la cerca vinculada al periodisme gironí. La visita de Bonet ha finalitzat amb el dinar que la

degana ha compartit amb la Junta de Girona del Col·legi.



Bonet i Ventura a la biblioteca Aurora Bertrana.

Foto: Anna Estarús

LLIURAMENT dels premis Medialover. Es lliuren els premis Medialover, uns guardons que celebren la primera edició i que estan impulsats des d'Infoperiodistes i Guia de Mitjans Digitals –entitat que agrupa prop de 8.000 mitjans de comunicació a

Espanya– per premiar les iniciatives editorials en el món de la informació. Entre altres guardonats hi ha La Marató de tv3 i Catalunya Ràdio en la categoria de Responsabilitat social, mentre que s'ha premiat el web de *La Vanguardia* per la millor adaptació digital i RAC1 per la millor trajectòria radiofònica. Hi ha hagut 88 peces finalistes de les 375 preinscripcions.



Jordi Juan, amb el guardó per *La Vanguardia*.

Foto: Dani Duch



mirave.es

- ▶ 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



**DRS. MIRAVÉ**  
CENTRE ODONTOLÒGIC

**EXPERIÈNCIA-COMPROMÍS-QUALITAT**



**SERVEIS INCLOSOS PER COL·LEGIATS/DES I FAMILIARS**

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

**ESPECIALISTES EN TOTES LES BRANQUES ODONTOLÒGIQUES.**  
**ODONTOLOGIA HOLÍSTICA I KINESIOLÒGICA.**  
**PIONERS EN IMPLANTS DE ZIRCONI.**

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 C.P.C.



E08031263

## 26 de juny

REFLEXIÓ AL VOLTANT DE LA VIOLÈNCIA MASCLISTA. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha realitzat, durant l'últim trimestre de 2016, un seguiment de les informacions sobre violència masclista als informatius de les televisions públiques (TV3 i TV1) i la privada 8TV. L'estudi conclou que hi ha una tendència a augmentar l'atenció i el rigor informatiu i que s'ofereixen més elements de reflexió i sensibilització sobre aquesta xacra. El resultat i les dades de l'informe s'han donat a conèixer en l'última reunió de la Comissió Nacional per a una Intervenció Coordinada contra la Violència Masclista, de la qual forma part del Col·legi de Periodistes. Algunes de les conclusions detallen que més d'un 40% de les informacions i un 56% dels titulars ofereixen elements de reflexió i sensibilització sobre violència masclista. La televisió que més minuts ha destinat a aquest tema és TV3, seguida de TV1, i a més distància 8TV. Una altra vessant de l'estudi detalla que el motiu de les informacions són, primer les agressions, seguides de la crònica judicial, programes socials i accions de sensibilització, notícies sobre dies internacionals que fan referència al tema i l'explotació sexual. Com a conclusions, se'n destaca l'increment de l'atenció informativa, l'absència de discurs banalitzador i justificador de la violència masclista, presència majoritària de veus qualificades i una tendència a la disminució d'elements de dramatització i especularització a les televisions públiques. A la reunió també s'ha presentat el protocol "Tolerància zero amb l'assetjament sexual i per raó de sexe a l'empresa", elaborat per la Comissió d'Igualtat i Temps del Treball del Consell de Relacions Laborals de Catalunya.

L'ALCALDE DE TORTOSA FA BALANÇ. L'alcalde de Tortosa, Ferran Bel, fa balanç dels anys de mandat des que va arribar a l'alcaldia de la ciutat. L'acte, organitzat per la Demarcació de Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes i l'Ajuntament de Tortosa, ha tingut lloc a la Cambra de Comerç de Tortosa. Va ser presentat per la presidenta de la Demarcació, Sílvia Tejedor, que va aprofitar per reivindicar "el paper del periodisme davant d'allò que en diuen la postveritat". La conferència va ser seguida pels mitjans locals i va ser emesa en directe per Ràdio Tortosa. La conferència de Bel es va desenvolupar entorn de diferents qüestions que van donar als assistents una visió dels temes assumits. En primer lloc, l'alcalde es va referir a l'acord establert assolit entre el PDECAT i ERC que ha permès dotar la ciutat "d'un govern fort i estable amb el qual treballar". També va destacar l'actual deute municipal de 31,4 milions d'euros, una xifra de mínims històrics, així com les polítiques de transparència portades a terme en els darrers anys. En l'aspecte de la promo-

ció, l'aposta més gran de la ciutat, a part de la dinamització del turisme, és la realització, el 2019, dels World Sports Games.



Foto: Ajuntament de Tortosa

Ferran Bel durant la seva conferència.

## 28 de juny

PRIMER ANIVERSARI DE LA REEDICIÓ DEL *MONTPEITÀ*. El president de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, Enric Badia, ofereix una xerrada sobre la situació de la premsa local i comarcal en el marc de celebració del primer aniversari de la nova etapa del setmanari *Montpeità*, de Sant Fruitós de Bages. El setmanari celebra el primer any d'una nova etapa. Aquest mitjà de comunicació, molt arrelat al municipi i amb 1.373 números editats, va obrir el juliol de 2016 un nou capítol després d'un període d'inactivitat. El setmanari *Montpeità* és un mitjà de comunicació de llarg recorregut a Sant Fruitós. Malgrat que s'ha publicat amb intermitència, ha aconseguit treure al mercat 1.373 números. La xerrada de Badia té lloc al pati del Nou Celler i compta amb la presència del director del *Montpeità*, Josep Sanfeliu, el president de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i redactor en cap de *Regió7*, Enric Badia, i l'alcalde de Sant Fruitós, Joan Carles Batanés. Badia parla sobre l'estat actual de la premsa local i comarcal i destaca que les edicions en paper de premsa local i comarcal són les que més bé aguanten la crisi del sector.

COL·LEGI DE PERIODISTES A NAVARRA. Ha estat creada recentment la Junta de Govern del Col·legi Navarrès de Periodistes / *Nafarroako Kazetariari Elkargoa* i ja disposa de Junta de Govern. L'única candidatura presentada ha estat encapçalada pel periodista Miguel Ángel Barón Calvo, fet que el converteix en el primer degà del recentment constituït Col·legi de Periodistes. La degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Neus Bonet, ja ha fet arribar la felicitació al nou degà i a tot l'equip de govern, posant-se a disposició per a qualsevol necessitat a l'espera d'establir futurs vincles de col·laboració. En total, han calgut més de dos anys de gestions administratives amb el govern foral de Navarra per configurar el Col·legi

Navarrès de Periodistes i la seva aprovació, per unanimitat, al Parlament de Navarra.



Foto: CNP

Baron Calvo, al centre, amb la Junta.

## 29 de juny

CONFERÈNCIA COL·LOQUI AMB LGTBI. "La realitat LGTBI als mitjans de comunicació" és el títol d'una conferència-col·loqui que es va celebrar a Terres de l'Ebre, en què van assistir periodistes, polítics i membres d'entitats per tal de consensuar conceptes i orientacions a l'hora d'informar sobre la realitat d'aquest col·lectiu. Organitzat per l'Associació LGTBI Terres de l'Ebre, la Demarcació de Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes i l'Ajuntament de Tortosa, va tenir lloc a la seu de la demarcació a Tortosa.

## JULIOL

### 6 de juliol

DYNEKE, PREMI A LA MILLOR ESTRATÈGIA EMPRESARIAL DE L'ANOIA. L'empresa Dyneke, que confecciona i dissenya vestuari professional, recull el premi a la Millor Estratègia de Comunicació Empresarial de l'Anoia en el decurs del sopar anual de la Unió Empresarial de l'Anoia (UEA). El guardó el lliura Enric Badia, president de la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, que convoca el premi amb la UEA. Dyneke va ser guardonada per la creació aquest darrer any d'un departament de comunicació, la realització d'un pla de comunicació i l'obertura d'una botiga en línia. Durant l'acte, que va aplegar 450 persones a l'Institut Milà i Fontanals, es van lliurar vuit premis més a Rivisa (Empresa Innovadora), Iguana Comunicacions (Capacitat Emprenedora), Garatge Montserrat (Trajectòria Empresarial), Mútua General de Catalunya (Premi a una Institució), Gràfiques Vilanova (Compromís Social), Interiorvista (Millor Implementació TIC, en col·laboració amb TIC Anoia), el Clúster de la Indústria d'Automoció de Catalunya (Premi Campus Motor Anoia) i Publicacions Anoia (reconeixement a una trajectòria).



TARRAGONA LLIURA LES PETXINES. El periodista Ignasi Soler ha estat distingit amb la Petxina Daurada –reconeixement a la trajectòria professional– que atorga la Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes en el marc de la vint-i-cinquena edició de la Festa de les Petxines de la Informació, que va tenir lloc al restaurant Les Granotes de Tarragona. Soler, que dirigeix el gabinet de comunicació de la urv, ha treballat a la delegació de tvç i ha estat corresponsal d'*El País* i de *La Vanguardia* a Tarragona, a més de president de la Demarcació de Tarragona del Col·legi. D'altra banda, Raquel Sans, cap del delegat del Govern de la Generalitat al Camp de Tarragona, ha estat guardonada amb la Petxina Oberta per “la disponibilitat a l'hora d'atendre les peticions dels mitjans de comunicació”, mentre que Javier Villamayor ha recollit la Petxina Tancada, en representació de Josep Fèlix Ballesteros, alcalde de Tarragona, per “la gestió de la informació durant els dies que va transcendir que els Jocs del Mediterrani s'ajornaven fins al 2018”. La Petxina Oberta reconeix la font que ha atès amb rigor, diligència els periodistes, mentre que amb la Petxina Tancada vol donar un toc d'atenció a la que ha dificultat la feina dels mitjans.



Foto: Laura Casadevall

Soler i Sara Sans, presidenta de la Demarcació.

DINAR-TERTÚLIA AMB FRANCESC CANOSA. Un grup de col·legiats de Lleida comparteixen taula amb Francesc Canosa, periodista i membre de la Junta de Govern del Col·legi de Periodistes de Catalunya, per parlar de la professió però, sobretot, de la col·lecció “Història del Periodisme de Catalunya”, editada per Sàpiens Publicacions i que repassa gairebé quatre-cents anys d'història del periodisme català.

## 12 de juliol

NOMBROSOS ASSISTENTS AL SOPAR DE GIRONA. Un total de quaranta-nou periodistes assisteixen al sopar anual de periodistes organitzat per la Demarcació de Girona del Col·legi i que enguany va tenir lloc a la terrassa del restaurant Can Vei de Sarrià de Ter.

## 13 de juliol

EL COL·LEGI ACULL EL MEMORIAL XAVIER BATALLA. La degana del Col·legi de Periodistes, Neus Bonet, i Judit Adam, esposa de Xavier Batalla, expresident del Centre Internacional de Premsa de Barcelona, que va morir el 13 de desembre de 2012, signen un conveni que permetrà acollir el Memorial Xavier Batalla com una activitat més dins l'entitat. L'acord permetrà desenvolupament dels actes programats pel Memorial, que ofereix activitats sobre l'actualitat política internacional –de la qual Batalla va ser un referent–, en forma de xerrades, col·loquis o taules rodones, obertes al públic i amb la participació d'experts. El memorial és una iniciativa de la família Batalla i es va inaugurar el gener de 2015.

## 19 de juliol

CARMEN ARISTEGUI, PREMI CASA AMÈRICA. La periodista mexicana Carmen Aristegui rep el XII Premi Casa Amèrica Catalunya a la Llibertat d'Expressió a Iberoamèrica, guardó que compta amb el suport del Col·legi de Periodistes. La periodista mexicana recull el premi –una litografia de l'il·lustrador mexicà Magú creada per a la ocasió– al Saló de les Cròniques de l'Ajuntament de Barcelona. Aristegui és un referent indiscutible d'un periodisme independent, veraç i rigorós en un país, Mèxic, on l'exercici de la professió es veu condicionat per la violència i la corrupció.



Foto: Luis Felipe Castilleja

Carmen Aristegui amb el premi.

## 20 de juliol

JOSEP MARIA PLANES, MANRESÀ IL·LUSTRE. El Ple de l'Ajuntament del Manresa aprova per unanimitat atorgar la concessió del títol de Manresa Il·lustre al periodista Josep Maria Planes (1997-1936), un periodista excepcional que va ser assassinat per la FAI amb només vint-i-nou anys. La distinció arriba un any després que un grup d'entitats, entre aquestes la Demarcació de Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, demanessin aquest reconeixement.

## 26 de juliol

CRISTINA PUIG NO FITXA PER CATALUNYA RADIO. La periodista Cristina Puig, un dels fitxatges estrella de Catalunya Ràdio que havien estat anunciats per a la temporada vinent, finalment no treballarà per a l'emissora pública, després que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals no li donés suport i la deixés fora contra pronòstic. Puig havia de substituir Sílvia Còppulo com a presentadora de la segona hora del *Catalunya vespre*.

## FE D'ERRATES

En el passat número, hi havia una informació errònia sobre el lliurament dels premis Carles Rahola, que van tenir lloc el 23 de febrer. Aquesta és la correcta:

PREMIS CARLES RAHOLA. El lliurament dels vuitens Premis Carles Rahola de Comunicació Local, organitzats per la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona, va tenir lloc a la Sala de Cambra de l'Auditori de la ciutat. Els guanyadors van ser Marc Sureda, Elena Trullàs, Jordi Ribot i Joan Castro, en la categoria de Millor projecte de comunicació periodística, per *Gavarres 365*. D'altra banda, el premi a la Millor informació en premsa va ser per a Pau Subirós, per un recull de reportatges publicats a *La Fissura*. A més, el jurat va fer una menció especial als reportatges presentats per Alfons Petit. Els *50 anys de cantades a Calella*, de Carme Martínez, emès a la SER-Catalunya, va fer-se amb el Premi Miquel Diu de ràdio. També va haver-hi una menció especial del jurat per a *Govorit Radio Svoboda*, un treball en equip emès a Ràdio Capital de l'Empordà. El guardó al Millor treball en televisió va ser per a David Gimbernat i Pere Solés, per *Feliç mil aniversari*, un documental emès a tv3. Pel què fa a la Millor fotografia de premsa, el guanyador va ser Jordi Ribot per “Un membre de l'ADP al foc de Blanes”. Martí Artalejo, per les fotos de diferents festivals de música, va rebre una menció especial del jurat. També, Pau Planas i Rocío Rodríguez, per *La Tornada*, van endur-se el premi a la Millor informació digital. Finalment, la “Comunicació del Centenari Carles Fontserè, 1916-2016”, del Departament de Cultura de la Generalitat i coordinada pels Serveis Territorials de Cultura a Girona, realitzada per Iglèsies Associats, va endur-se la Millor iniciativa de comunicació institucional. També es va lliurar la beca dels Premis Carles Rahola, que atorga l'Ajuntament de Girona, i que en la modalitat professional va ser per a Gemma Busquets per la recerca *El vot femení a la premsa de les comarques gironines (1931-1936)*. La modalitat universitària va quedar deserta.



**PASSEN ELS ANYS I HI HA COSES QUE MAI CANVIEN...**



# PROpulsar:

## Posem a disposició teva una pòlissa de crèdit amb uns avantatges exclusius.

Una manera de propulsar les teves iniciatives és oferir-te una pòlissa de crèdit professional amb uns avantatges exclusius, per tal de mantenir la teva tresoreria personal equilibrada al llarg de tot l'any i pagar els interessos només quan la utilitzes.

Si ets membre del **Col·legi de Periodistes de Catalunya** i vols promoure la teva feina, protegir els teus interessos o els teus valors professionals, amb **Banc Sabadell** ho pots fer. Et beneficiaràs de les solucions financeres d'un banc que treballa en PRO dels professionals.

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



Captura el codi QR i  
coneix la nostra news  
'Professional Informa'





## || A la mida de la teva salut ||

### Asisa Compromiso Empresas

Compromiso Empresa es el canal especialista d'ASISA en oferir atenció personalitzada per **col·lectius d'Empreses e institucions**.

Segons les característiques particulars de cada empresa fem un disseny de la millor assegurança de salut a la mida de les teves necessitats, tant de cobertura com en el servei.

#### L'asseguradora de salut amb la xarxa assistencial pròpia mes gran

Disposa d'una xarxa assistencial pròpia molt extensa, integrada en el **Grup Hospitalario HLA**, que inclou **15 hospitals** i clíniques i **27 centres mèdics**.

La xarxa assistencial es completa amb **26 clíniques dentals**, **28 clíniques oftalmològiques**, una dotzena de centres de reproducció assistida i **un quadre mèdic format per més de 40.000 professionals**.

#### Amb la garantia d'ASISA

ASISA porta més de 40 anys especialitzada en la cura de la salut i avui son més de 2.000.000 d'assegurats els que hi confien en 5 països.

