

♦ CAPÇALERA ♦

REVISTA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Maig 2018 · Núm. 178 · 4 €



FUTUR INCERT

La tecnologia digital i la televisió a la carta
generen nous hàbits de consum en el sector audiovisual

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



05 CARTA DE LA DEGANA
+PERIODISME, +DIGNE, +JOVE,
+OBERT, +SOLIDARI
TEXT Neus Bonet Bagant

06 REPORTATGE
UN EQUIP RENOVAT
TEXT Eudald Coll
FOTOS Ignasi Renom

10 REPORTATGE
QUI ERA VÁZQUEZ MONTALBÁN?
TEXT Adrián Caballero
FOTOS Sergi Reboredo

14 ENTREVISTA
SOLEDAD GALLEGU-DÍAZ
TEXT Jordi Rovira
FOTO Manolo Finish

18 REPORTATGE
ASSETJADES
TEXT Susana Pérez
IL·LUSTRACIÓ José David Morales

24 REPORTATGE
LA TERCERA REVOLUCIÓ DIGITAL
TEXT Marta Alemany
FOTOS Markus Spiske,
Andre Francoix

30 REPORTATGE
FREELANCE, MÉS ENLLÀ
DELS PIRINEUS
TEXT Carme Escalles
IL·LUSTRACIÓ Anna Falcó

36 REPORTATGE
MARIA AURÈLIA CAPMANY,
PERIODISTA
TEXT Sandra Balagué Anglada
FOTOS Arxiu del Llegat Vidal-
Capmany / URV

40 DOSSIER
EL FUTUR INCERT DE LA TELEVISIÓ
TEXT Laura Saula
FOTO Tim Mossholder

44 DOSSIER
UN CONTRINCANT ANOMENAT NETFLIX
TEXT Francesc Ponsa

48 DOSSIER
ELS INFORMATIUS DEL FUTUR
TEXT Alberto Gómez
FOTO Dani Codina

52 DOSSIER
NO QUEDAR ENRERE
TEXT Aida Martori Muntsant
FOTOS Vicente Pruna / BBC

58 NOVETAT EDITORIAL
TOTS ELS TONS DEL GRIS
TEXT Jaume Fabre
FOTOS Fons Ignasi Agustí (BNC),
Merletti (IEFC), Saura

64 REPORTATGE
LA FI DEL FOTOPERIODISME?
TEXT Óscar García
FOTOS Florian Klauer,
Laura Lee Moureau

DOSSIER
LA TELEVISIÓ DEL FUTUR

68 REPORTATGE
EL RELAT REPUBLICÀ A FRANÇA
TEXT Josep M. Figueres
FOTOS ANC - Comissariat
de Propaganda

74 PERIODISME AL MÓN
LA MORT DE LA DEMOCRÀCIA
TEXT Aliaksandr Herasimenka
FOTOS Sputnik (Alamy),
Kremlin.ru

80 WEBS / LA XARXA
Alex Barnet

84 LLIBRES
Joan Palomes

86 LA FOTO
Françoise Huguier

88 OBITUARIS

90 DIA A DIA
Francesc Farré

98 COM ENS VEU...
Carlos Lluch

· Ç ·

REVISTA CAPÇALERA
Núm. 178

EDITOR Col·legi de Periodistes de Catalunya
DIRECTOR Jordi Rovira
CONSELL EDITORIAL Neus Bonet, Francesc
Canosa, Ismael Nafria, Mònica Planas,
Xavier Puig
CORRECTOR Jordi Sales
DOCUMENTACIÓ Carme Teixeiro
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ Laia Guarro
SECRETÀRIA Alicia Llamazares
PUBLICITAT Martí Calsapeu / Xavier Puig
FOTO PORTADA PxlHere

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

DEMARCACIONS
Nou del Teatre, 1, 1r, 1a · 17004 Girona,
T 972 209 162
Rbla. Ferran, 21, 8è A · 25007 Lleida,
T 973 240 044
August, 5, 1r, 1a · 43003 Tarragona,
T 977 245 454
Plaça Ramon Cabrera, 7, 1r · 43500 Tortosa,
Terres de l'Ebre T 690 753 038
Plana de l'Om, 6, 1r · 08241 Manresa
T 938 723 720

JUNTA DE GOVERN
DEGANA Neus Bonet
VICEDEGANS Enric Badia, Coia Ballester,
Josep Baubí, Rafa Gimena, Joan Maria
Morros i Joan Ventura
SECRETARI Francesc Canosa
TRESORER Rafa Gimena
VOCALS David Badia, Josep Baiges, Laia Forès,
Esteve Giral, Jordi Grau, Mar Martí, Xevi
Masachs, David Melgarejo, Ismael Nafria,
Gemma Nierga, Mònica Planas, Carles Prats,
May Revilla, Josep Ramon Ribé, Cristina
Salvador, Laura Saula, Pipo Serrano, Marc
Vicens i Xavier Vilà

GERENT Martí Calsapeu

DIPÒSIT LEGAL GI.358-89
ISSN 1135-1047

IMPRESSIÓ Litografia Rosés

AMB EL SUPORT DE:



Generalitat de Catalunya
Departament
de la Presidència

SERVEIS D'ASSESSORAMENT DEL COL·LEGI

Descobreix quins serveis d'orientació t'oferim i deixa't aconsellar pels millors professionals.

ORIENTACIÓ PROFESSIONAL

L'expert en comunicació corporativa **Josep Maria Brugués** ajuda a les col·legiades i els col·legiats a guiar-se en les situacions d'atur i en la reorientació de la seva trajectòria professional.

ASSESSORAMENT FINANCER

Deixa't assessorar per un gestor de patrimonis de l'empresa **QRenta** i obtén una orientació de la viabilitat econòmica del teu projecte, tant si són qüestions d'estalvi com d'inversió.

ASSESSORAMENT TECNOLÒGIC

Tens una pàgina web, però no saps com posicionar-te a la xarxa? Tens dubtes amb qüestions de protecció de dades? Consulta-ho i **IPNET Centralized Solutions** et dona la millor resposta. També et poden aconsellar sobre dispositius tecnològics o com protegir les teves dades personals.



ASSESSORAMENT FISCAL

AFISEC Serveis Empresariais t'aconsella en les teves obligacions tributàries, el règim fiscal més adequat per facturar els serveis periodístics o les obligacions financeres i jurídiques dels autònoms i les empreses.

ASSESSORAMENT JURÍDIC

El bufet **Gay-Rossell-Solano** t'orienta en qüestions de dret civil i laboral. Segueix els consells dels professionals i beneficia't d'aquest servei personalitzat.

ASSESSORAMENT EN ENTORNS DIGITALS I ELECTRÒNICS

La firma especialitzada en dret de les tecnologies de la informació i la comunicació **Global Legal Data®**, et resol tots els dubtes que tinguis sobre reputació digital, drets de la personalitat o propietat intel·lectual.

+PERIODISME, +DIGNE,
+JOVE, +OBERT, +SOLIDARI



He revalidat en el càrrec de degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya. I ho vull compartir. Compartir que, en un exercici increïble de treball en equip, hem renovat les juntes de totes les demarcacions del Col·legi en major o menor mesura. Hem aconseguit que a Barcelona, per exemple, quinze persones hagin dit que sí a formar part de la nova Junta; hagin dit que sí a defensar el nostre ofici i les condicions amb què l'hem d'exercir. Perquè apostem per un periodisme més digne, més jove, més obert i més solidari.



Foto: Sergio Ruiz (Arxiu)

Em sembla important destacar-ho. Em sembla important explicar-vos, també, que tots nosaltres aquesta tasca la portem a terme de manera completament altruista. No rebem cap mena de compensació econòmica. De cap tipus.

Em sembla important explicar-vos que en els moments en què vivim, representar les més de quatre mil persones que confien en

"AMB PRECARIETAT NO HI HA OFICI,
AMB PRECARIETAT NO HI HA DEONTOLOGIA,
AMB PRECARIETAT NO HI HA PERIODISME"

el Col·legi no és una tasca fàcil. Gens fàcil. I poc agraïda. D'aquí l'orgull amb que avui exhibeixó haver pogut continuar liderant un projecte, el del Col·legi que ja té més de trenta anys i on tothom hi fa falta.

#GRATISNOTREBALLO

Els i les periodistes assistim atònites al corrent que s'ha instal·lat que no cal pagar per la informació. Que ja ens arriba als molts dispositius que tenim sense cap esforç i sense haver de pagar res. I que la feina que fem, doncs, l'hem de regalar. Els professionals que es dediquen a aquest ofici, han invertit anys de la seva vida a

formar-se a la Universitat per poder exercir d'allò que els agrada o que volen ser, com qualsevol altra disciplina. Alerta perquè amb precarietat no hi ha ofici, amb precarietat no hi ha deontologia, amb precarietat no hi ha periodisme. Per això, des del Col·legi, hem impulsat la campanya **#gratisnotreballo** per denunciar les ofertes laborals abusives.

Més enllà que això pugui semblar una reivindicació gremial, pareu una mica d'atenció a què representa no pagar per la informació i acceptar com a bo i fiable tot allò que ens arriba pels diferents canals a què estem permanentment connectats.

Recents informes ens diuen que, d'aquí al 2022, la meitat de

les notícies que circulin seran falses. El fenomen de les *fakenews* i el de la propaganda, sumat al fet que els mitjans de comunicació tradicionals han vist com els models de negoci que havien explotat durant dècades han desaparegut de manera substancial, no ha d'anar sumat a la desaparició de l'ofici periodístic. I aquesta és una bona oportunitat per reivindicar el paper del periodisme en les societats democràtiques.

Calen més que mai curadors, traductors, mediadors, experts, que adoptin un paper clau per distingir, entre tot el soroll, allò que és realment rellevant. I aquestes persones han de ser per força periodistes capaços d'assumir una responsabilitat de caràcter professional i, sobretot, social.

Ben cordialment,

Neus Bonet Bagant

Degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

degana@periodistes.org

Amb la col·laboració de:



UN EQUIP RENOVAT

Neus Bonet revalida el càrrec de degana del Col·legi de Periodistes

TEXT EUDALD COLL
FOTOS IGNASI RENOM



Alguns dels membres de la nova Junta de Govern, liderada per Neus Bonet, que inicia un segon mandat.

El Col·legi de Periodistes inicia una nova etapa amb el segon mandat de la degana, Neus Bonet, després que s'hagués presentat una única candidatura electoral. En aquests quatre propers anys, la nova Junta de Govern –amb moltes cares noves– haurà d'afrontar els diferents reptes que afecten la professió. Uns anys, aquests, en què caldrà reivindicar un ofici assetjat més que mai per precarietat, interessos i pressions.

El passat 8 de març, la Junta Electoral Central va comunicar que Neus Bonet revalidava el càrrec de degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya després de verificar que la seva candidatura (“Més Periodisme”) era l'única que es va presentar a les eleccions que estaven previstes per al 12 d'abril. Bonet –editora dels caps de setmana a Catalunya Ràdio– revalidava, així, un deganat que ostenta des de març del 2014.

Com determinen els Estatuts del Col·legi de Periodistes, les candidatures úniques, queden automàticament proclamades després que la Junta Electoral Central ho certifiqui un cop s'hagin validat els avals i els suports necessaris per a presentar-se. En aquest sentit, la candidatura de Bonet havia presentat més de 330 avals, superant en un 66% els necessaris per a presentar-se als comicis.

La candidatura de Bonet a la demarcació de Barcelona estava formada per Joan Maria Morros, Gemma Nierga, Carles Prats, Mònica Planas, Ismael Nafria, Laia Forés, Francesc Canosa, May Revilla, Xavi Vilà, David Melgarejo, Cristina Salvador, Pipo Serrano, David Badia, Laura Saula i Marc Vicens. La Junta de Govern també comptarà amb els presidents, vicedegans i vocals sorgits de les Juntes de Demarcació i que estan formades per Coia Ballester, Josep Baiges i Esteve Giralt a Tarragona; Joan Ventura, Xevi Masacs i Jordi Grau a Girona; Josep Baubí a les Terres de l'Ebre; Rafael Gimena i Josep Ramon Ribé a Lleida i, finalment, Enric

Badia i Mar Martí de la demarcació de la Catalunya Central.

TOT I L'APOSTA PER LA CONTINUITAT EN LA FEINA FETA FINS ARA, LA NOVA JUNTA DE GOVERN HA RENOVAT LA MAJORIA DELS SEUS INTEGRANTS

Tot i ser una candidatura de continuïtat de la feina engegada ara fa quatre anys, no-més continuen onze integrants de la Junta, mentre que hi ha quinze cares noves.

ASPECTES CLAU

Aquesta nova Junta de Govern encapçalada per Bonet és fruit d'una candidatura plural formada per professionals d'arreu del territori, de mitjans petits i grans, públics i privats. El seu objectiu és treballar per un periodisme independent, en condicions dignes i respectat. Ara, més que mai, en moments tan complicats per a la professió, això és més necessari que mai.

LA LLUITA CONTRA LA PRECARIETAT, LA DEONTOLOGIA I LA DEFENSA DE MÉS I MILLOR PERIODISME, EIXOS D'AQUEST MANDAT

“Més Periodisme” era el lema amb què es van presentar a les eleccions. Aposten per un periodisme més digne, més jove, més solidari, més exigent, amb més formació, més respectat, més responsable i més obert. Per això, la lluita contra la precarietat, la reivindicació de la deontologia i

l'aposta per la defensa del periodisme en una època de *fake news* són els eixos centrals que es vol fixar per a aquests propers quatre anys.

En aquest sentit, el mandat que ha quedat enrere ha

comptat amb moments claus, com l'organització, l'11 de novembre de 2016, del sisè Congrés de Periodistes de Catalunya, el qual va permetre abordar els reptes actuals de la professió i presentar l'actualització del Codi deontològic. Els quatre-cents inscrits van escoltar, al llarg de tot un dia intens, la quarantena de ponents que durant quasi dotze hores van passar pel Palau Macaya de Barcelona.

Precisament, arran de les conclusions del congrés, i amb el propòsit d'analitzar les inestables condicions laborals que viuen molts professionals de la informació i la comunicació, es va organitzar un

any després –el 10 de novembre de 2017– la Jornada sobre Precarietat, que va tenir lloc al Col·legi. Aquell dia, van participar

diferents ponents i es van mostrar estudis recents al voltant de la situació laboral en la professió. Durant la Jornada, també es va presentar la campanya #gratisnotreballo, impulsada pel Grup de Treball contra la Precarietat del Col·legi i que té l'objectiu de denunciar públicament les empreses

TRENTA-TRES ANYS EN XIFRES

Des de la creació del Col·legi de Periodistes, l'any 1985, ja han transcorregut trenta-tres anys. En tot aquest temps, s'han viscut diferents processos electorals i la institució ha comptat amb diferents dirigents. Aquest és un resum del que ha passat en poc més de tres dècades:

Set degans, dues deganes

Nou periodistes han estat al capdavant del Col·legi de Periodistes. Set d'aquests (Carles Sentís, Josep Pernau, Salvador Alsius, Joan Brunet, Josep Maria Huertas, Josep Carles Rius i Josep Maria Martí) han estat homes i només dues (Montserrat Minobis, Neus Bonet) dones.

Cinc eleccions

Només cinc vegades s'ha passat per les urnes. El primer cop va ser, el 1990, quan Josep Pernau es va imposar a Montserrat Minobis. Set anys després, Salvador Alsius també venció Minobis. El 2001, però, Minobis guanyaria en uns comicis als quals es va enfrontar a Martí Anglada. Les eleccions següents no van ser fins al 2006, quan Josep Maria Huertas es va imposar a Pilar Antillach. El darrer cop que s'ha anat a eleccions va ser, el 2010, any que Josep Maria Martí va vèncer Salvador Cot.

Sense oposició

Al llarg d'aquestes tres dècades, diversos degans ha estat escollits o han renovat el càrrec mitjançant una candidatura única, és a dir, sense cap mena d'oposició. Aquest és el cas de Carles Sentís –tant quan va ser escollit, el 1986, com quan va renovar el càrrec–, Josep Pernau –que també va renovar després de liderar una candidatura única–, Joan Brunet –que, el 2004, va ser escollit degà després que Montserrat Minobis deixés el càrrec a mig mandat per dirigir Catalunya Ràdio– i, finalment, Neus Bonet, tant al primer mandat, el 2014, com en aquest segon. Una situació ben diferent va ser la de Josep Carles Rius, que va ser escollit degà, l'any 2007, per unanimitat de la Junta de Govern arran d'un fet excepcional com fou la mort inesperada de Josep Maria Huertas quan exercia el càrrec.

que realitzen ofertes laborals precàries i poc dignes per als periodistes.

Una campanya que ha començat amb força en aquest mandat, ja que a l'abril es va aconseguir modificar una oferta laboral del Servei d'Ocupació de Catalunya, a través del seu portal Feina activa, i que no complia amb els mínims exigibles. A més del Grup de Treball contra la Precarietat, també hi ha els de Mitjans Públics, Gabi-

nets de Comunicació, Periodisme Gràfic, Periodisme Social, Cultura, Formació, Gènere, Sèniors i el darrer creat sobre Periodisme Digital i Innovació. Tots presidits per membres de la Junta. En qualsevol moment els col·legiats s'hi poden incorporar per treballar de manera voluntària.

Un altre dels Grups de Treball més nou és el de Periodisme Gràfic, perquè es va crear, precisament, arran de la fi del període excepcional d'ingrés que, entre final de 2014 i final de 2015, va permetre que professionals que exerceixen, però

que no disposen de la titulació corresponent, poguessin formar part del Col·legi. Aquesta via extraordinària va suposar que fins a 192 persones es col·legiessin. Molts d'ells eren fotògrafs, així que es va aprofitar per crear el Grup de Treball i, d'aquesta manera, treballar més a fons les reivindicacions i necessitats d'aquest col·lectiu.

Una de les darreres gestions realitzades en aquest àmbit, conjuntament amb els Mossos d'Esquadra, va ser la decisió d'actualitzar el conveni signat el 2009 i que regeix la relació entre aquest cos policial i els periodistes en manifestacions. A més, es va organitzar una Jornada de Formació en què van participar mossos i periodistes.

Un altre àmbit en què s'han donat força millores durant el passat mandat ha estat el de la comunicació. Per una banda, a l'octubre de 2015, es va presentar en societat el *Report.cat*, el setmanari digital del Col·legi, que es centra en el periodisme i la comunicació. Un portal, aquest, que en dos anys i mig s'ha consolidat i que ja compta amb quasi una quarantena de col·laboradors. L'objectiu és permetre que molts col·legiats joves puguin publicar els primers reportatges.

D'altra banda, a inici del 2017, es va estrenar el nou web corporatiu, que millora els recorreguts de navegació, incorpora un disseny modern i s'adapta a la lectura des dels dispositius mòbils. I en paral·lel a aquestes millores, s'han reforçat les xarxes socials del Col·legi. En l'actualitat, el Twitter de la entitat ja té més de 19.000 seguidors, i més de 4.000 mil segueixen el compte de Facebook. I aquest any s'ha creat el compte d'Instagram

NOUS MEMBRES

D'altra banda, en els darrers mesos, ja s'ha començat a veure un degoteig constant de joves col·legiats, fruit de la creació, a inici d'aquest any, de la figura del precol·legiat, que té com a objectiu facilitar tant el contacte amb la professió com l'accés al món laboral als estudiants de Periodisme o



Entrada del Col·legi durant un dels nombrosos actes que s'organitzen cada setmana.

Comunicació de les diferents universitats catalanes. Independentment de la figura del precol·legiat, l'augment continuat de col·legiats des de l'any 2011 es pot explicar, entre altres raons, pels cursos que ofereix el Centre de Formació i Desenvolupament, creat al gener del 2012, i que ha permès

molts periodistes que estan a l'atur de disposar de les eines necessàries davant de noves oportunitats laborals. El centre també dona resposta a les necessitats dels joves periodistes que s'incorporen al mercat laboral i ajuda els professionals més consolidats a reciclar-se per evitar quedar fora de

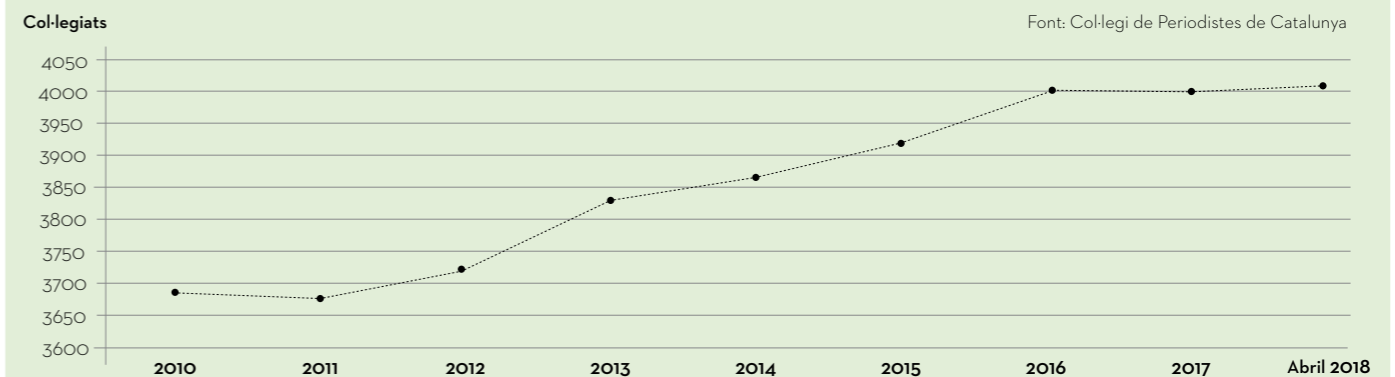
les noves tendències i els canvis tecnològics. L'evolució el Centre de Formació en aquests cinc anys és reveladora, ja que ha passat dels 65 cursos programats el primer any als 152 del passat exercici.

Aquest creixement de l'activitat s'explica perquè, a partir del 2014, es va incorporar la formació en línia (amb una programació estable de *webinars* al llarg de l'any) i perquè aquest darrer any s'han afegit cursos que es repeteixen mensualment, més orientats a empreses i organitzacions. I és que, una vegada els efectes de la crisi semblen minvar, els responsables de formació del Col·legi poden oferir una formació temàticament molt més específica.

Tot un seguit de millores, doncs, que permeten afrontar un nou mandat, amb Neus Bonet al capdavant, amb garanties. Des de la Junta de Govern, però, no oblidem que la precarietat segueix fent estralls i que la professió, que es troba en constant procés de canvi, té avui en dia un munt de fronts oberts als quals cal plantar cara de manera decidida. Ç

MÉS COL·LEGIATS, MALGRAT LA CRISI

La nova Junta de Govern comença un mandat amb més de quatre mil col·legiats, xifra simbòlica que ja es va superar el 2016. L'evolució del nombre de col·legiats des de l'inici d'aquesta dècada permet observar com, malgrat la crisi econòmica, el Col·legi de Periodistes ha augmentat any rere any –amb l'única excepció del 2011, quan es va donar una lleu baixada– la xifra de membres que en formen part. Un fet que no és menor, sobretot tenint en compte que la resta de col·legis professionals d'adscripció no obligatòria sí que han notat els efectes de la crisi.



ELS COL·LEGIATS ES PODEN INCORPORAR EN QUALSEVOL MOMENT A ALGUN DELS GRUPS DE TREBALL EXISTENTS

QUI ERA VÁZQUEZ MONTALBÁN?

Les noves generacions de periodistes desconeixen els referents de la professió

TEXT ADRIÁN CABALLERO
FOTOS SERGI REBOREDO



Els estudiants actuals tenen molts més coneixements de l'actualitat que no pas dels relacionats amb el passat. A la imatge, alumnes de Periodisme de la UPF.

Periodistes graduats que no saben qui és Vázquez Montalbán o Montserrat Roig. Joves a punt d'acabar els estudis sense haver llegit Tom Wolfe o Ryszard Kapuscinski. Aquesta és la nova realitat de les facultats, on els estudiants arriben de l'institut amb menys cultura general i la curiositat dels quals se centra en el dia a dia i en allò que els donarà feina a curt termini. Els graus, cada cop més intensius i menys reflexius, intenten adaptar-s'hi per combinar la pràctica demanada amb els coneixements bàsics que un periodista hauria d'assolir.

Aula amb més d'una vintena d'alumnes de màster de Periodisme. La periodista Gemma Nierga fa una xerrada introductòria a tots ells quan, de sobte, surt en el seu discurs el nom de Manuel Vázquez Montalbán. Els alumnes es miren entre ells, com si no entenguessin res. Nierga reacciona i pregunta: "Algú no sap qui era Vázquez Montalbán?". La reacció, decebedora. "Ningú ho sabia", recorda la periodista.

Setmanes després. Centre de Documentació Montserrat Roig, a la seu de Barcelona del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Un jove llicenciat entra i es dirigeix a la taula de la responsable del centre i li pregunta: "Perdoni, és vostè Montserrat Roig?".

Dos situacions gens connectades, però que apunten a una mateixa qüestió: estan els joves aspirants a periodistes perdent els referents i el context general respecte a les generacions precedents? "Els alumnes surten de la facultat sense haver-se enamorat de tres o quatre figures rellevants del periodisme", admet Francesc Salgado, professor d'Història del Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) que creu que la curiositat d'aquests periodistes s'enfoca en "les tècniques immediates i en com es fan les coses", i no tant en el *background* de la professió.

D'altres, com Nierga, donen un toc d'atenció al fet que aquells que l'escoltaven no sabessin qui era Vázquez Montalbán. "Són alumnes d'un màster sobre Periodisme. Han de tenir aquesta cultura", critica la reconeguda periodista, que va encarregar als alumnes del màster que al sortir de l'aula busquessin informació sobre l'escriptor i periodista català. "Quants diries que ho van fer?", es pregunta Nierga de manera retòrica.

MOLT SOROLL, POC INFORMACIÓ

Les noves generacions han perdut la curiositat pel context, la cultura general i la informació malgrat ser les que més accés tenen a qualsevol font de coneixement. En opinió de Nierga, el jovent actual "té molt d'interès en el dia a dia, en el que l'envolta", però poc a entendre el context, la història, etc. Per a aquesta reconeguda periodista, "tenen molt soroll i poc coneixement històric". En aquest sentit, en paraules de Francesc Salgado, "els

alumnes surten de la facultat amb molta informació però amb poc coneixement".

Segons aquest professor, els estudiants no tenen ni el temps ni la curiositat per desgranar allò que s'amaga darrere el que expliquen els professors. "És un grau molt intensiu, no hi ha temps de reposar la informació", apunta. "Coneixen de passada els autors, però no dona temps perquè penetren en l'alumne", continua aquest professor de la UPF, que adverteix com això és "quelcom que sempre ha passat". Tot i admetre que anys enrere els estudis eren més reflexius, Salgado contextualitza i recorda que "als anys setanta i vuitanta les reivindicacions del professorat eren les mateixes". També es queixaven, doncs, de la manca de coneixements. Només canviava, però, el nom dels referents històrics.

No ho veu del tot igual Gemma Nierga, que considera "greu que els que tenen interès pel periodisme no llegeixen res". En aquella xerrada també va poder copsar com "els alumnes no només no llegeixen sinó que no tenen cap interès a conèixer millor els

ELS JOVES HAN PERDUT LA CURIOSITAT PER LA CULTURA GENERAL MALGRAT TENIR MÉS ACCÉS QUE MAI A LES FONTS DE CONEIXEMENT

referents de la que serà la seva professió". "Com a universitari, has de ser conscient que hauràs de formar-te durant tota la vida i llegir és part important d'aquesta formació continuada", sentència Maria José Recoder, degana de la facultat de Ciències de la Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

Recoder coincideix amb Nierga i Salgado sobre la pèrdua de referents. "Quan els alumnes arriben a la Facultat tenen molt pocs coneixements en l'àmbit periodístic", adverteix Recoder, al temps que apunta que la gran diferència entre els joves periodistes i aquells de generacions anteriors es troba en l'interès personal per aprendre. "Els estudiants són cada cop més 'escolars', és a dir, volen una vida més pautaada, saber què han de fer... no estan disposats a sortir del guió", critica.

MENYS CULTURA GENERAL

Si no llegeixen tant com abans ni coneixen Vázquez Montalbán, Pla o Kapuscinski, en què estan interessants els alumnes de Periodisme? Per a Salgado el que volen són coneixements molt relacionats amb “les necessitats immediates, allò que els pot donar feina ara mateix”. Un exemple el trobem a la formació continuada que ofereix el Col·legi de Periodistes de Catalunya. Mònica Viñas, la responsable, explica que “poca gent s’apunta a espais més

“NO NOMÉS NO LLEGEIXEN, SINÓ QUE NO TENEN CAP INTERÈS A CONÈIXER MILLOR ALS REFERENTS DE LA PROFESSIÓ” Gemma Nierga

reflexius com una *masterclass* i la mitjana d’edat dels qui ho fan supera els 40 o 45 anys”. “El jovent està molt preocupat pel context laboral actual”, apunta Francesc Salgado. I, per tant, obliden la realitat més històrica o de context de la professió.

Una educació més pràctica i funcional que, sovint, necessita de cert context, com exemplifica Maria José Recoder. “Quan els alumnes et demanen que la carrera ha de ser més pràctica i que haurien d’agafar més la càmera, has de recordar-los que primer



Els alumnes de Periodisme –a la imatge, una aula de la facultat de la URL– tenen pocs coneixements sobre els referents històrics de la professió.

han d’aprendre a saber què filmar, com aconseguir-ho, què és un primer pla, etc.”, afirma.

Amb tot, aquest no és un fet que només es pugui veure a les facultats de Periodisme, sinó que és quelcom generacional que podem trobar en alumnes de disciplines ben diverses. “Malgrat en alguns aspectes, com idiomes o expressió en públic, els joves d’avui en dia superen les generacions anteriors, hi ha d’altres en què clarament existeixen diferències”, alerta Ainhoa Flecha, professora del departament de Sociologia a la UAB. Aquesta experta en educació destaca canvis com el fet que “cada cop es llegeix menys”. Així ho confirma un estudi realitzat per l’OCDE –responsables del conegut Informe PISA–, que mostra com entre els anys 2000 i 2010 s’ha donat una reducció important dels joves que llegeixen per plaer, sent només un 60% dels joves espanyols els qui agafen un llibre per enriquiment personal, mentre que una dècada enrere era d’un 69%. Això implica que la dada actual estigui per sota de la mitjana de l’OCDE (64%).

L’ORIGEN DEL PROBLEMA

Ara bé, com s’ha arribat en aquest context generacional? Per a Salgado, la resposta és a la reforma del sistema educatiu de 1990, la LOGSE, amb la qual s’ampliava l’educació obligatòria fins als

“QUASI CAP ESTUDIANT SAP EL QUE ÉS UN DIARI”

Un símptoma del canvi d’hàbits que s’estan donant en les noves generacions va tenir lloc al desembre quan, després de trenta anys d’existència, va tancar l’històric quiosc de la facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, la que té el major nombre d’alumnes de totes les facultats de Periodisme catalanes. La causa del tancament era ben clara: els estudiants ja no compraven diaris de paper perquè s’informen mitjançant els digitals. “Patim la crisi que tenen totes les llibreries i quioscos del món, la del paper, però que s’acabin les vendes de diaris i llibres en una facultat de Comunicació és molt trist”, admetia Víctor Monferrer, un dels propietaris, a l’agència EFE. “Aquí quasi cap estudiant sap el que és un diari”, afegia Monferrer, que explicava com anys enrere venien fins a 180 exemplars d’un sol diari, mentre que abans de tancar es venien, en el millor dels casos, una vintena sumant totes les capçaleres.

setze anys. “El grau ara fa la feina que feia el Batxillerat vint anys enrere”, sentència el professor. “La LOGSE va treure el focus dels continguts i el va posar en els processos del coneixement i va deixar enrere la idea de l’examen final com un tot, per exemple” exposa Flecha. Aquest canvi, tal com apunta aquesta sociòloga, “va tenir uns costos, com reduir, en part, els coneixements generals de l’alumnat”. Maria José Recoder també és de l’opinió que en les darreres generacions s’ha produït un cert proteccionisme durant l’escolaritat obligatòria. “Si els poses lectures obligatòries

“EL GRAU ARA FA LA FEINA QUE EL BATXILLERAT FEIA VINT ANYS ENRERE”

Francesc Salgado, UPF

en una assignatura es produeix un drama. Tot perquè requereix un esforç”, lamenta la degana.

Aquesta davallada del nivell ja s’observa, doncs, als instituts. Ho saben bé els responsables del programa Premsa a les escoles, ideat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya i que tracta d’apropar el paper del periodisme dins la societat a nois i noies entre dotze i setze anys. “Fa quatre anys, en un institut de l’Hospitalet de Llobregat, vaig posar una portada on es veia el president del govern, Mariano Rajoy. Un alumne em va preguntar ‘qui és aquest home?’”, recorda Xavier Puig, responsable de Comunicació del Col·legi.

DEURES PENDENTS

La manca de cultura general i curiositat pel context i la història no és, doncs, un símptoma de quelcom a reformar només a les facultats de Periodisme, sinó la conseqüència d’una suavització en l’exigència als instituts. “Però això no és excusa”, replica Flecha, per a qui la duració d’un grau és temps suficient per actuar sobre l’alumnat i ajudar-lo a adquirir tots els coneixements necessaris. “Potser han vingut molt malament del batxillerat, és cert, però els tenim quatre anys a la facultat!”, es queixa.

“SI ELS POSES LECTURES OBLIGATÒRIES ES PRODUËIX UN DRAMA. TOT PERQUÈ REQUEREIX UN ESFORÇ” Maria José Recoder, UAB

Per a professionals com Gemma Nierga, tanmateix, és preocupant que els futurs periodistes no disposin d’aquesta cultura general. “La manca de documentació i context és encara més greu en el periodisme que en altres professions”, al·lega Nierga, que reivindica el concepte de cultura general com a factor clau en l’educació dels joves. “En alguna cosa fallem a l’educació quan gent entre 20 i 25 anys, interessada en el Periodisme, no tenen cultura general”, es lamenta. Des de la universitat, reivindica Recoder, s’intenta compensar aquesta mancança “a partir de les pràctiques, les lectures obligatòries...”. Tot i això, tal com exposa

“POTSER HAN VINGUT MOLT MALAMENT DEL BATXILLERAT, ÉS CERT, PERÒ ELS TENIM QUATRE ANYS A LA FACULTAT!” Ainhoa Flecha, sociòloga

Recoder, molts alumnes tenen una idea de la professió que no és correspon amb la realitat. “Saben més del periodisme per les sèries de la televisió que per la professió en si mateixa”, assegura, al temps que admet que els alumnes “volien dedicar-se a un tipus de periodisme més lligat a l’entreteniment”.

En aquest sentit, la tasca per a les facultats, coincideixen Salgado i Recoder, passa, doncs, per adaptar els plans d’estudi i treballar amb els alumne aspectes com la història del periodisme, la lectura dels clàssics i el context professional. L’objectiu final és revertir el que pugui estar passant a l’educació obligatòria per, així, posar en el mercat graduats al millor preparats possible. **Ç**

Entrevista a Soledad Gallego-Díaz, periodista

"HAURIEN D'EXISTIR MITJANS MENYS SECTARIS"

Des d'una taula del Café Gijón de Madrid, Soledad Gallego-Díaz repassa la seva trajectòria i reflexiona sobre una professió que li ha permès viure a mig món per explicar tot el que hi veia. Aquesta degana del periodisme espanyol, que va exercir durant quasi quatre dècades a *El País*, segueix en actiu col·laborant en diferents mitjans. La seva mirada, lúcida i crítica, és la d'una persona que ha passat un munt d'anys immersa en un ofici que en poc temps està canviant a marxes forçades.

TEXT JORDI ROVIRA
FOTO MANOLO FINISH (CTXT)

Vas néixer a Madrid, de mare cubana i pare andalús, de petita vas viure a Palo Alto i Nashville i has estat corresponsal a Brussel·les, París, Londres, Buenos Aires i Nova York per a *El País*. De vocació cosmopolita, cul de mal seure o afortunada?

Cul de mal seure afortunat. He estat molts anys al mateix mitjà i quan passava molt de temps fent el mateix, els deia que volia marxar i l'empresa em buscava alguna destinació que quedés lliure. En aquest sentit, he tingut molta sort.

Les empreses ara diuen que els corresponsals són cars i a alguns se'ls carreguen. Un símptoma que la professió no va bé?

Un símptoma que les empreses no van bé. Els mitjans pateixen una crisi econòmica important. Els nous mitjans encara no tenen prou múscul financer per mantenir una

xarxa internacional important, mentre els mitjans tradicionals que ja la tenien tampoc perquè han perdut moltes fonts d'ingressos.

La teva primera feina fou a l'agència de notícies Pyresa, on amb dinou anys t'acomiadaren per participar en una vaga en defensa de la professió.

Una vaga per Huertas Claveria, tancat a la presó per un reportatge sobre els prostíbuls regentats per vídues de militars franquistes. A l'Associació de la Premsa de Madrid hi havia infiltrats d'esquerres que crearen una Junta de Defensa de la Professió, que va convocar una vaga per denunciar la situació. Cada mitjà feia vaga com podia, i a Pyresa vam decidir que, durant un matí, faríem una vaga de silenci.

Vaga de silenci?

Treballàvem en silenci, no responíem al telèfon, etc. El director em va acomiadar per

participar a la vaga i quan ja estava a l'escala, marxant, em vaig creuar amb Bonifacio de la Quadra, un periodista més gran que jo. "On vas?", em va preguntar. Li vaig explicar que m'havien acomiadat per fer vaga i llavors va anar al despatx del director i li va dir que ell també es donava per acomiadat perquè secundava la vaga. I vam marxar plegats. Després seríem parella professional molts anys.

També vas treballar a *Cuadernos para el Diálogo*, on a final del franquisme escrivia gent de diferents tendències polítiques. No es paradoxal que, en democràcia, no existeixi una publicació com aquella i estiguem atrinxerats?

Ara no hi ha una revista com *Cuadernos para el Diálogo*, però és que llavors als democratacristians, comunistes, socialistes, nacionalistes i liberals ens unia la fi de la dictadura.





PERFIL

Soledad Gallego-Díaz (Madrid, 1951) va començar a treballar com a periodista a l'agència Pyresa i, posteriorment, a *Cuadernos para el Diálogo*. Va estar vinculada a *El País* durant quasi quatre dècades, on va arribar a ser-ne directora adjunta i on, també, va ser corresponsal a Brussel·les, París, Londres, Buenos Aires i Nova York, a més de Defensora del Lector. El 2015 va ser una de les fundadores de Cctx. Actualment, és analista de la cadena SER i escriu un article setmanal a *El País*. Ha rebut premis com el Salvador de Madariaga, l'Ortega y Gasset o el Margarita Rivière al rigor periodístic amb visió de gènere.



Això ara no passa, cadascú té objectius diferents i és difícil trobar alguna cosa que els uneixi en un mateix mitjà.

Un bon mitjà periodístic no hauria de ser una finalitat en ella mateixa?

En això tens raó. Aconseguir un mitjà que, bàsicament, no sigui sectari hauria de ser una finalitat per ella mateixa. En el fons, acollir diferents punts de vista hauria de ser una de les obligacions d'un gran mitjà de comunicació. Haurien d'existir mitjans de comunicació menys sectaris dels que hi ha ara.

Parlant de línies editorials, a *Jot Down* vas dir que “*El País* no és un diari d'esquerres, mai ho ha estat i mai ha pretès ser-ho”. Ho dissimulàveu bé...
El País mai va ser un diari d'esquerres des d'un punt de vista econòmic. Tenia uns pilars bàsics com la defensa de la democràcia, la integració d'Espanya en un projecte comú europeu i el fet de ser progressista en els usos socials. I coincidia que la majoria dels redactors –no pas el mitjà ni els propietaris– tenien una afinitat d'esquerres. Quasi no hi havia periodistes de dretes.

I ara? Als darrers anys ha desaparegut aquella bel·ligerància amb el PP.

Fa temps que no sóc al diari, però ha sofert una transformació tecnològica i de model de negoci, i suposo que haurà influït molt en com treballen.

Tot i així, no hauria d'haver influït en la línia editorial.

Per descomptat, hi ha molts editorials d'*El*

País amb els quals no em sento en absolut identificada.

Vas refusar dirigir *El País*. En algun moment te'n vas penedir?

No, mai, perquè, a més, el director que

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

"EL PAÍS MAI HA ESTAT UN DIARI D'ESQUERRES. COINCIDIA QUE LA MAJORIA DELS REDACTORS, NO PAS EL MITJÀ, TENIEN UNA AFINITAT D'ESQUERRES"

van nomenar –Joaquín Estefania– era un magnífic periodista i un bon amic meu.

Vas notar la pressió que suposava refusar ser la primera dona que dirigia el diari més important d'Espanya?

Una mica sí perquè la gent pensa que si una dona diu que no a un càrrec com aquest és perquè totes les dones diuen que no quan se'ls ofereix. I no és així. Però jo no creia que

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

"PERIODISTES DE DIFERENTS GENERACIONS HEM COMÈS UN ERROR MONUMENTAL AL NO PARLAR ENTRE NOSALTRES"

hagués de representar tot el col·lectiu de dones. Jo sóc jo i no volia deixar el que feia com a directora adjunta, que era portar tota una redacció gran com la del diari. Era una feina esgotadora, encara que apassionant.

Ens trobem al Cafè Gijón de Madrid, amb 130 anys d'història i que

ha viscut el màxim esplendor quan l'han regentat dones. Per què costa tant veure dones al capdavant dels projectes periodístics?

Perquè al periodisme hi ha zones de poder, i les dones no hi accedim. A la meva generació hi havia moltes periodistes, tanmateix, a partir de determinats càrrecs ja no hi érem. I, sobretot, tampoc en les zones d'opinió, on s'exerceix la influència. Estava totalment masculinitzada!

Vas deixar *El País* el 2012. En aquests anys la premsa escrita ha perdut molts lectors. Sembla que la culpa és de les empreses, d'Internet i dels hàbits de lectura, però la professió alguna cosa haurà fet malament, no?
Hem fet moltes coses malament. Periodistes de diferents generacions hem comès un

error monumental, no parlar entre nosaltres. Els joves pensaven que els més grans no enteníem, i érem reticents, a les noves tecnologies, mentre

que els més grans pensàvem que als joves només els interessaven els aparells i no prou el contingut. I era absurd per ambdues parts. Per això ha faltat aquest diàleg, que ha comportat que no defenséssim el nostre espai, que va anar a parar a experts en comunicació, en tecnologia, etc. Hauríem de refer aquell diàleg que no vam tenir.

La pèrdua de lectors d'*El País* s'ha donat també a Catalunya. Molts catalans s'han sorprès per la bel·ligerància del diari cap a l'independentisme.

El País és un diari constitucional. En la declaració de principis està la defensa de la Constitució com a element de cohesió i avenç democràtic. És bel·ligerant contra l'independentisme? És bel·ligerant contra l'independentisme que no respecta la Constitució, perquè les polítiques dels partits independentistes suposen una ruptura

constitucional. I el diari no hi està d'acord. De fet, defensa una reforma constitucional i un projecte federal.

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

Alguns periodistes de l'edició catalana d'*El País* m'han dit, en referència als col·legues de Madrid, que “no entenen res” respecte al Procés.

Entendre la situació catalana no és fàcil. És extraordinàriament complexa i plural, i cal afinar molt. I els companys de Barcelona, probablement, tenen una sensibilitat més fina que els de fora, però també s'ha d'entendre a l'altre costat. Hauríem de ser capaços de trobar les coses sobre les quals ens podem entendre. Dit això, voldria dir que tinc una enorme admiració pels companys d'*El País* a Barcelona. Són grans professionals i no es mereixen la desconfiança que viuen per part de molts catalans.

Creus que aquests darrers anys, arran del Procés, la premsa de Bar-

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

"EM MORIRÉ DE PENA I DEL DISGUST SI DESAPAREIX EL PERIODISME. PERQUÈ ESTARÍEM EN UNA SOCIETAT ESPANTOSA"

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

celona i Madrid s'ha distanciat?
Jo llegeixo l'*ARA*. Procuo fer-ho perquè fa un bon periodisme i així m'assabento de moltes coses, m'interessa el plantejament, els editorials, etc.

Però més enllà de les línies editorials, com vas dir al recollir el premi Ortega y Gasset, “el periodisme tracta de fets, no d'opinions”. Quan, d'una banda, llegeixes l'*ARA* i, per l'altra, l'*ABC* o *El País*, et planteiges que no sempre expliquen els mateixos fets?
Estàs parlant de l'*ara*, *El País* o *La Razón*, si bé hem de tenir en compte que ara hi ha molts digitals amb actituds diferents, com *eldiario.es*, *Infolibre*, *Publico*, *Ctxt*, etc. Les capçaleres de referència també tenen tota una història i un pensament elaborat amb els anys...

Tornem als fets.

En el fons són els mateixos. El que va passar el 6 i 7 de setembre al Parlament va succeir, independentment de l'opinió que es tingui.

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

"EN EL PROCÉS, ELS RELATS CANVIEN PERQUÈ CANVIEN ELS MARCS DEL RELAT, PERÒ NO ELS FETS"

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

Però a *La Razón* consideren que va ser la fi del món i l'*ARA* ho veu diferent. Amb tot, el fet és el mateix, no s'inventen res.

Algú de fora de Catalunya pot creure que ens peguem i cremem els carrers.

No ho crec. Ni que sigui tant diferent llegir *La Vanguardia* o *El País*. En el Procés, els relats canvien perquè canvien els marcs del relat, però no els fets. Uns poden dir que van fer un referèndum i els va agredir la policia, i els altres que van fer un acte il·legal i la policia va actuar. El fet és el mateix. La interpretació, no.

Però els 900 ferits de l'1 d'Octubre...
Ho sento però jo vaig

ser allà i els 900 ferits no van existir.Vaig escriure que el ministre de l'Interior hauria d'haver dimitit aquell mateix dia però, dit això, no va haver-hi 900 ferits. En un bombardeig a Mossul no hi ha 900 ferits. Ni en un bombardeig d'una setmana a Síria. Una cosa és ser contusionat i l'altra ser ferit. Per tant, parlem de fets. L'operació policial va ser correcte? No.Va haver-hi 900 ferits? Tampoc. 900 contusionats? Molt probablement.

I el que dèiem de la premsa de Barcelona i Madrid. Estan ara més distanciat?

No sé què dir-te. La distància entre *El País* i *La Vanguardia* és més gran ara? Crec que hi hagut moments que estaven més distanciat. No hi ha cap dubte que a Madrid hi ha una premsa extremadament agressiva i sectària que no compro ni llegeixo. L'*ARA*, en canvi, no el veig agressiu ni sectari, però suposo que a Catalunya hi ha publicacions així.

Parlem de periodisme d'investigació. A part de casos puntuals com el del Màster de Cifuentes, on és el periodisme d'investigació al nostre país?

Algun cop he escrit de les “armes de distracció massiva”. Estem contínuament sotmesos a impulsos de

coses que no són importants. I les realment importants sempre han estat ocultes i la feina dels periodistes és treure-les a la llum. Ara bé, cal temps, diners, contactes, etc., i no és fàcil d'aconseguir en època de crisi. Tanmateix, no és cert que no hi hagi periodisme d'investigació. Tenim, per exemple, el Consorci de Periodistes d'Investigació, on hi ha molts espanyols implicats.

Soledad Gallego-Díaz, directora d'El País, amb el seu fill, el periodista i fotògraf Daniel Gallego-Díaz.

En un article citaves a Robert McNamara, secretari de Defensa, que deia: “No responguis a la pregunta que et facin sinó a la que t'agradaria que t'haguessin fet”. Entre la classe política espanyola té molts deixebles.

Hi té tots els deixebles! És aclaparador. No entenc l'actitud de Rajoy. I no sé com hauríem de reaccionar. Com es reacciona davant un president que no respon mai? Quan estava a Brussel·les, durant una roda de premsa amb el secretari d'Estat nord-americà, un periodista li va preguntar una cosa i aquest no va respondre. I el següent periodista li va fer la mateixa. Tampoc va contestar. Un tercer periodista li va fer, de nou. I tampoc. Al quart ja va acabar responent.

Per acabar, què desapareixerà abans, el Cafè Gijón o la premsa en paper?

Espero que cap dels dos desapareixi. Amb tot, no pot ser que el contingut en paper i en digital sigui el mateix. Estic molt agraïda a la premsa en paper i els seus lectors m'han permès poder exercir durant molts anys un periodisme que ha estat meravellós, però no em moriré de pena si desapareix. Em moriré de pena i del disgust si desapareix el periodisme. Perquè estaríem en una societat espantosa. Ç

ASSETJADES

La cultura masclista a les redaccions periodístiques comença a sortir a la llum

TEXT SUSANA PÉREZ

IL·LUSTRACIÓ JOSÉ DAVID MORALES

Salaris més baixos. Contractes temporals. Càrrecs directius vetats. Menys visibilitat a espais d'opinió i tertúlies. Però també comentaris sexistes, menyspreu, abús sexual. Que en lloc de Susana, et diguin Susi, perquè sí. O guapa. O rossa. O morena. Que et convidin a dinar per parlar de feina i quan hi vas et convidin al llit. En les redaccions, les dones pateixen discriminacions i assetjaments. Alguns són explícits i es fàcil trobar dades per corroborar-los, com la precarietat, la bretxa salarial i el sostre de vidre. D'altres passen més desapercebuts, són subtils i no deixen rastre. L'espurna del *Me Too* ha fet que les periodistes perdin la por de parlar.

“Quan treballava a Canal Màlaga no em deixaven fer de redactora, només de productora. Allà em van dir que només servia per a atendre el telèfon, rebre cartes i fer funcions de secretària. En aquell moment, vaig haver de callar perquè era l'únic sou que tenia. El meu únic i ridícul sou: 450 euros al mes”. Qui parla és la periodista i professora de la UOC, Ana Isabel Bernal Triviño.

Els fets van ocórrer quan era una jove periodista i cursava el doctorat. “Quan em van acomiadar d'allà, ja amb la tesi acabada, vaig anar a signar la liquidació i vaig preguntar si podia formar part de l'equip digital, ja que havia fet una tesi sobre el disseny de les notícies a Internet. Em van dir que no. Ja havien pensat en un altre company, que ell mateix em va confessar que no sabia ni què era Internet Explorer, però va ser nomenat editor del digital”, recorda.

El menyspreu de la feina de les dones és una de les moltes manifestacions de la cultura masclista als mitjans de comunicació. Les dones han d'esforçar-se

el doble per arribar a ocupar llocs de feina similars als dels seus col·legues homes. Els comentaris sexistes i els casos d'assetjament sexual són altres maneres de perpetuar les redaccions com a espais de treball no igualitaris, on impera una cultura que no valora de la mateixa manera les aportacions i punts de vista de les dones i on les periodistes, sovint, són cosificades.

Prova d'això és que la Federació Internacional de Periodistes presentava, el passat 8 de març, l'informe *La violència de gènere dins dels mitjans de comunicació*

LA FEDERACIÓ INTERNACIONAL DE PERIODISTES DENUNCIA QUE UNA DE CADA DUES DONES HA PATIT VIOLÈNCIA DE GÈNERE A LA FEINA

en què denunciava que una de cada dues dones (una de cada dues!) havia patit violència de gènere a la feina, ja fos assetjament sexual, maltractament psicològic o menyspreu.



NO SÓN FETS AÏLLATS

“Quan jo torno d’un conflicte em diuen que estic molt morena. Quan torna un home li diuen ‘quins collons tens’”. Són paraules de la periodista Mónica G. Prieto recollides en una entrevista a *Jot Down*. Prieto ha treballat amb base a Moscou, Jerusalem, Beirut i Bangkok, i recentment ha estat reconeguda amb el premi Cirilo Rodríguez. “No saps ni el que és una pilota! Ves-te’n a fregar els plats!”, va haver d’escoltar la periodista esportiva Carme Barceló al programa televisiu *El chiringuito* de Neox”. “Et contestaré perquè ets guapa” va dir el futbolista Luís Figo a la redactora de 8TV Núria Casas en una roda de premsa. No es tracta de comentaris aïllats, sinó d’una cultura sexista i poc igualitària que es dona als mitjans de comunicació.

Al menyspreu i els comentaris sexistes se sumen els casos d’assetjament sexual. L’assetjament sexual pot incloure des de comentaris o acudits sexistes fins a apropaments no desitjats, així com la violació de l’espai íntim, exhibició de fotografies de naturalesa sexual, enviament de correus electrònics amb insinuacions, etc. Comportaments no desitjats de naturalesa sexual que violen la dignitat de la persona i la fan sentir intimidada, degradada o humiliada.

“Jo els he patit”, sentència la periodista Cristina Fallarás, que ha estat des de redactora d’un mitjà fins a directora, passant també per etapes d’autònoma. “A mi m’han tocat el cul; quan era directora de Política d’un mitjà a Catalunya un reconegut polític em va enviar una fotografia del seu penis; he cobrat menys que els meus companys de redacció; he estat en una redacció on circulava una llista amb els homes amb els que m’havia anat al llit; vaig ser acomiadada d’ADN quan estava embarassada de vuit mesos,...”, recorda.

“A les redaccions hi ha un masclisme radical. No és la primera vegada que ens violen o ens assassinen, o que una actriu denuncia que ha de passar pel llit d’un director per aconseguir un paper, o que una model assenyala un fotògraf per abusar d’ella. No obstant això, fins que no han aparegut les xarxes socials, tot això no ha sortit a la llum perquè els mitjans de comunicació han construït un silenci còmplice amb la violència contra la dona”, rebla.

En un reportatge titulat *La indústria de les notícies té un problema d’abús sexual. I ara què?*, elaborat pel Nieman Lab de la Universitat de Harvard, es denunciava que actualment la BBC té obertes vint-i-cinc investigacions per casos d’assetjament. Les denúncies s’haurien efectuat en el darrer any, quan algunes treballadores es van sentir prou fortes i decidides a alçar les veus després que el cas Weinstein esclatés als Estats Units. Com la presentadora de Fox News, Gretchen Carlson

UN REPORTATGE DEL NIEMAN LAB DENUNCIA QUE LA BBC TÉ OBERTES VINT-I-CINC INVESTIGACIONS PER CASOS D’ASSETJAMENT SEXUAL

que, el juliol de 2016, va demandar el president de la cadena, Roger Ailes, per acomiadar-la després que ella rebutgés les seves insinuacions sexuals.

La periodista Noemí López Trujillo, actualment col·laboradora a *El País Semanal* i *La Marea*, va ser víctima d’assetjament quan era becària a la secció local del diari *ABC*. Un company d’Onda Cero li va oferir compartir unes declaracions d’àudio que ella no havia pogut enregistrar i quan es va adonar estaven en una petita habitació on ell s’abalançava sobre ella. “Va començar a petonejar-me el coll amb molta força, agafant-me del cap. Em vaig sentir agredida i utilitzada”, explicava López Trujillo en un reportatge

LA PRESENTADORA DE FOX NEWS VA DEMANDAR EL PRESIDENT DE LA CADENA PER ACOMIADAR-LA DESPRÉS DE REBUTJAR LES INSINUACIONS SEXUALS

a *Pikara Magazine* el maig de 2015. El periodista, casat i amb fills, segueix en el mateix lloc de treball.

RÀNQUINGS DE BECÀRIES

La desprotecció de les becàries és un tema que preocupa especialment en els països anglosaxons, on ja fa temps que aquests casos s’estudien i denuncien, ja que hi ha consciència de la vulnerabilitat entre les joves periodistes quan trepitgen per primer cop una redac-

ció i es posen sota les ordres d’un home que, com a mínim, els dobla l’edat.

L’assetjament sempre és fruit de la naturalesa de l’abús que floreix en dinàmiques que exploten la desigualtat de poder. La iniciativa *The Second Source*, sorgida l’any passat al Regne Unit, està impulsada per un grup de dones periodistes que volen acabar la cultura masclista als mitjans de comunicació i presten ajuda a les més joves.

“Quan vaig llicenciar-me, un professor de la facultat es va apropar a mi per oferir-me feina. Em va dir de quedar per sopar i vaig acceptar. En aquell moment, jo tenia vint-i-un anys i veia que els homes quedaven per parlar de feina. Estava molt contenta que ell es fixés en mi, però a la meitat del sopar ja vaig veure que no érem allà per feina, sinó perquè volia lligar amb mi”, explica una periodista que s’estima més no revelar el seu nom. Ara ja en té 35 i segueix en actiu. Assegura que encara, avui dia, viu situacions en què se sent menyspreada i humiliada.

“Això de les becàries en els mitjans de comunicació és lamentable. Cosificació permanent i menyspreu. Quan vaig fer de becària les brometes sobre la meva roba i els comentaris sobre els meus ‘xicots’ eren constants. Poca gent et mira com al teu company. No et prenen seriosament per ser dona i per ser jove”, explica la periodista Anna Pacheco, actualment a Playground, que afirma com algunes redaccions es rifen les becàries com si es tractés d’un joc. “I el pitjor és que la resta de la redacció calla i permet la situació.

‘No t’ho prenguis malament, és una bona persona’, et diuen”, escriu la periodista Natàlia Bravo en un missatge al seu compte de Twitter.

DESIGUALTATS I SILENCIS

Les noves fornades de periodistes no ho tenen gens fàcil encara que arribin a un mitjà digital nadiu. El passat desembre, la periodista del *New York Times*, Emily Steel, destapava que a *Vice*, grup de comu-

"AIXÒ DE LES BECÀRIES EN ELS MITJANS ÉS LAMENTABLE. NO ET PRENEN SERIOSAMENT PER SER DONA I PER SER JOVE"

Anna Pacheco

nicació subversiu per naturalesa, es practicaven comportaments sexistes de la vella escola. Una dona explicava com un company va agafar-li la mà i la va posar sobre el seu entrecreix. Una altra que es va

EL NEW YORK TIMES VA DESTAPAR QUE FINS I TOT A VICE, MITJÀ SUBVERSIU PER EXCEL·LÈNCIA, S’HAN DONAT COMPORTAMENTS SEXISTES REPROVABLES

sentir pressionada per tenir relacions sexuals amb un directiu i, en renunciar, va ser acomiadada. Una tercera relatava que un company de feina li va agafar amb força la cara per besar-la i que es va haver de defensar amb un paraigua.



MANIFEST REIVINDICATIU

Durant molt temps, les periodistes han silenciats els comportaments i comentaris sexistes. El *MeToo* ha provocat que les dones s’uneixin i perdin la por de parlar. Una setmana abans del 8 de març, dia internacional de la dona, un grup de periodistes es van unir en un canal de Telegram per difondre un manifest en què reivindicaven l’equiparació de drets laborals en les empreses periodístiques. En pocs dies, el manifest aconseguia més de 8.000 adhesions, prova inequívoca que la cultura masclista als mitjans roman i que encara hi ha molta feina per fer. Les periodistes catalanes relataven les seves experiències a Twitter amb l’etiqueta *#prouperiodismesexista*.

LES DADES DE LA XACRA

L'informe *La violència de gènere dins dels mitjans de comunicació*, elaborat per la Federació Internacional de Periodistes, aporta una sèrie de dades preocupants al voltant de la violència de gènere en la professió:

48%

de les enquestades han patit violència de gènere relacionada amb el treball.

Entre les formes més usuals de violència de gènere patides per les periodistes es troben

63%

maltractament verbal

41%

maltractament psicològic

37%

assetjament sexual

21%

explotació econòmica

11%

de les dones periodistes de l'informe admet que ha patit violència física.

45%

dels infractors eren persones de fora del lloc de treball (fonts, polítics, lectors o oients)

38%

eren caps o superiors

39%

dels atacants eren anònims

66,15%

de les que van patir violència de gènere no van presentar una denúncia formal.

84,4%

no considera que es prenguessin mesures adequades contra els infractors.

12%

estaven satisfetes amb el resultat final.

26%

dels llocs de treball tenen una política d'empresa que cobreix la violència de gènere i l'assetjament sexual

En total, dues dotzenes de periodistes, entre vint i trenta anys, van patir o presenciar comportaments masculistes a la redacció. Els mateixos fundadors de *Vice* van reconèixer, després de la investigació del *Times*, que no havien estat capaços de crear “una cultura segura i inclusiva” per a les dones. En la filial que té el grup de comunicació a Barcelona, també hi ha hagut comportaments reprovables, tot i que les dones que els han patit, de moment, prefereixen no parlar-ne.

Els testimonis de les professionals dels sector deixen constància de les desigualtats que han de patir cada dia. I també els seus silencis. Malgrat la insistència d'aquesta periodista, que ha format part de diferents converses i grups de WhatsApp i Telegram en què les dones parlen obertament de l'ambient sexista i desigual en les redaccions, trobar testimonis de dones que vulguin relatar les seves experiències amb noms i cognoms ha estat una tasca difícil.

“A les dones ens costa molt parlar en públic d'aquestes actituds. Quan ho fem semblen ressentides, menys capaces professionalment, sospitoses d'haver fet alguna cosa. Ens posem en una posició vulnerable i ens atorguen un paper de víctimes. Durant molts anys, les valentes que han denunciat han rebut moltes crítiques i insults. No ens hem de culpabilitzar per això. De fet, ja estem fent les primeres passes per canviar-ho. Estem vivint una onada de sinceritat molt alliberadora”, assenyala Lucía Lijtmaer, periodista *freelance* i experta en gènere.

“Visibilitzar els comportaments masculistes és el primer pas per combatre'ls”, afegeix Isabel Muntané, periodista i codirectora del màster en Comunicació i Gènere de la UAB. “Davant d'un cas així, les periodistes haurien de recórrer al comitè d'empresa, al sindicat de periodistes o a algun cap o company de

“ENS COSTA MOLT PARLAR EN PÚBLIC D'AQUESTES ACTITUDS. QUAN HO FEM, SEMBLEM RESSENTIDES, MENYS CAPACES PROFESSIONALMENT” Lucía Lijtmaer

redacció de confiança. És important saber que no estem soles. Cal formació en aquests temes, tant en el tractament de les notícies amb perspectiva de gènere com formació per fomentar el tracte igual dins les redaccions”, conclou. **C**



Més informació a:

www.ifj.org/nc/es/news-single-view/backpid/1/article/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work → Informe La violència de gènere dins dels mitjans de comunicació de la Federació Internacional de Periodistes.

www.niemanlab.org/2017/11/from-nieman-reports-the-news-industry-has-a-sexual-harassment-problem-nowwhat → Reportatge La indústria de les notícies té un problema d'abús sexual. I ara què? del Nieman Lab (Universitat de Harvard).

www.thesecondsource.co.uk → Web de Second Source, que vol acabar la cultura masculista als mitjans de comunicació.





El blockchain pot canviar el periodisme. A la imatge, codi web en un monitor d'ordinador. Foto: Markus Spiske (Unsplash).

LA TERCERA REVOLUCIÓ DIGITAL

Els experts preveuen que la tecnologia *blockchain* aportarà grans canvis al periodisme

TEXT MARTA ALEMANY

Tot i que molts ciutadans no n'han sentit mai a parlar, hi ha una nova tecnologia anomenada *blockchain* que, segons els experts, serà la propera revolució digital. I aquesta tecnologia, basada en una cadena de blocs que evitarà intermediaris, afectarà els mitjans de comunicació, sobretot pels canvis que implicarà en la monetització digital ja que, entre altres aspectes, aportarà un major valor als articles que més llegeixin els lectors.

Cada vegada més, sentim a parlar dels bitcoins i les criptomonedes per la seva desregularització que permet una alta especulació en el mercat borsari digital, entre altres temes. Sigui com sigui, la lliguem íntimament al sector econòmic i ens oblidem que, l'economia, és a tot arreu.

Els bitcoins tenen lloc en una tecnologia que s'anomena *blockchain* (cadena de blocs). Segons el diari *Criptonotícias*, aquesta consisteix en “una base de dades

transacció i totes queden registrades en un llibre de comptes. Quan fem una compra digital, tampoc hi ha problema, perquè entitats bancàries funcionen d'intermediaris en les compres per assegurar-ne la fiabilitat i la transacció.

AQUESTA TECNOLOGIA PERMET COMERCIALITZAR PRODUCTES, COM ELS ARTICLES, DE MANERA SIMILAR A L'ITUNES AMB LES CANÇONS

distribuïda que registra blocs d'informació i els entrellaça per facilitar la recuperació de la informació i verificar-ne els canvis”.

Quan anem a comprar al supermercat, paguem amb euros i ho consentim perquè la societat els accepta com a moneda de

En canvi, les criptomonedes funcionen de diferent manera, atès que no existeixen realment. En una compra amb bitcoins,

els usuaris guarden una còpia de cada acció en un llibre major o bloc, on hi queden registrades les dades de les parts, els detalls del moviment, la data i l'hora. Cada bloc s'enllaça amb el següent, fent-los irrompibles i, per tant, crea seguretat, i guarda un registre de la compra i, per tant, la certifica.

I tot això sense necessitat de plataformes intermediàries.

INTERNET DEL VALOR

Alberto Barreiro és consultor d'Estratègia, professor a l'Institut de Disseny Europeu (IED) de Madrid i, durant un temps, investigador del Grup Prisa per adaptar els seus productes al *blockchain*. “El problema dels mitjans radica en el fet que el model de monetització digital es basa a vendre

el mateix a tothom: venem al mateix preu tuits de Vargas Llosa i els d'un becari. És com si una fàbrica de cotxes vengués al mateix preu un utilitari i un cotxe de luxe,

independent com són els usuaris que llegeixen els blocs, quin valor té l'article, quantes vegades s'ha compartit i s'ha comentat, quins són els incentius dels usuaris a llegir-lo, quina influència té aquell periodista..., és a dir, estariem analitzant quelcom tan abstracte com el valor. I aquesta és la propera revolució: l'Internet del valor”.

“Per poder combatre amb gegants com Google i Facebook per la publicitat en línia —explica Covadonga Fernández— els mitjans de comunicació han d'oferir un valor diferencial. I aquí poden beneficiar-se de la centralització que permet el *blockchain*”. Fernández, periodista, coautora del llibre *Libroblockchain.com* i cofundadora d'*Olechain.com*, assegura que aquest control de la publicació i ús de la

informació permetria als mitjans poder establir “unes bases col·laboratives amb les plataformes socials o fins i tot fer-les servir com a suports publicitaris per vendre subscripcions fragmentades de continguts compartits mitjançant micropagaments”.

Blockchain permet comercialitzar productes de manera similar a com ho fa l'iTunes amb les cançons. Així doncs, “el producte i el servei experimentarien una gran transformació, especialment en clau de fragmentació, de manera que cada element, producte o servei estarien vinculats a un cost i a un preu”, detalla Fernández.

MECENES DE LA INFORMACIÓ

Segons aquestes indicacions, “els usuaris pagarien directament els periodistes a través de diferents models de subscripció basats en micropagaments. *Blockchain* permet crear sistemes de *tokens* o criptomonedes a partir dels quals es poden gestionar de manera més eficient o inclús crear nous models de monetització més dinàmics, fluids i basats en petites interaccions o microinteraccions que ara passen en els mitjans” explica Barreiro.

ELS USUARIS PODRAN PAGAR DIRECTAMENT ELS PERIODISTES A TRAVÉS DE DIFERENTS MODELS DE SUBSCRIPCIÓ BASATS EN MICROPAGAMENTS

ja que només sabem vendre segons un *clickrating* i un volum”, comença Barreiro.

“En canvi, la tecnologia *blockchain*, —prossegueix— permet analitzar de manera



Els bitcoins tenen lloc en una tecnologia *blockchain*. Tot plegat, una manera diferent de gestionar la informació. Foto: André Francois (Unsplash).

DIFÍCIL D'ENTENDRE

Tot apunta que la tecnologia *blockchain* pot ser la revolució del futur, però fins i tot els experts en la qüestió admeten la dificultat que tenen els ciutadans per entendre'n el funcionament. Així ho admetia el passat 29 de desembre en una entrevista a *El País*, Michael J. Casey, columnista estrella de *The Wall Street Journal* durant quasi dues dècades i coautor de llibres de referència com *La era de la criptomoneda: cómo bitcoin y blockchain amenazan el orden económico global*. “No crec que ningú entengui del tot el *blockchain*”, assegurava Casey irònicament.

“El problema de parlar del futur és que ni tan sols s'ha inventat un llenguatge que expressi el que encara no existeix. Quan, a principi dels noranta, la premsa generalista començava a parlar d'Internet, tampoc ningú sabia explicar-ho molt bé”, escriu la periodista Marta García Aller en l'informe *La comunicació en l'era Blockchain* (Perspectivas Wellcomm). García Aller, autora del llibre *El fin del mundo tal y como lo conocemos. Las grandes innovaciones que van a cambiar tu vida* (Planeta, 2017), recorda que “quan només hi havia 35.000 punts connectats a Internet a Espanya, la Xarxa era una tecnologia desconeguda i difícil d'explicar. Què era allò de navegar? Amb *blockchain* passa alguna cosa semblant”.

Uns mitjans que farien una funció més aviat de *mecenes de la informació*. “Jo crec —vaticina Barreiro— que els continguts flotaran en el núvol d'una manera quasi individualitzada, penjats directament per les fonts i els mitjans no seran tan aquells que produeixen sinó aquells que seleccionen contingut amb un criteri personalitzat i adequat a les audiències a través de la intel·ligència artificial. Seran *curators*”.

Publicism és un primer exemple dels models anteriorment descrits. La plataforma permet que els periodistes publiquin i financin de manera segura els treballs, un altre dels enormes avantatges d'aquesta

tecnologia. Els periodistes publiquen els articles sota una firma digital que l'usuari pot reconèixer. El que no pot saber l'usuari, ni absolutament ningú, és l'origen, on s'ha produït la informació, perquè la se-

TOT I ELS CANVIS QUE SEMBLA QUE S'ACOSTEN, ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ HAN MOSTRAT POC INTERÈS PEL *BLOCKCHAIN*

guretats de *Blockchain* no ho permet. Això vol dir que periodistes i comunicadors amenaçats o en països en conflicte podrien escriure tranquil·lament sense que cap

govern sabés on són i amb la confiança, en canvi, que els lectors saben qui és.

Covadonga Fernández també enumera *Steemit* com un altre exemple. “El portal recompensa els periodistes o blockaires amb criptomonedes en funció dels vots que els lectors donen als seus continguts i, a la vegada, ells són

remunerats per votar els articles preferits”, apunta. I, acte seguit, també es refereix al web de *Decent*. “A més de remunerar els blockaires i periodistes que publiquin amb

BENEFICIS MÚLTIPLES

L'informe Perspectives Wellcomm és una anàlisi anual de tendències en el sector de la comunicació. En l'edició d'aquest any, l'estudi es titulava *La comunicació en l'era Blockchain* i s'alerta sobre l'impacte que tindrà la tecnologia *blockchain* en la indústria dels mitjans de comunicació. Aquestes són algunes de les reflexions dels experts que han participat en l'estudi:

“*Blockchain* és l'última tecnologia cridada a sacsejar l'arbre de la filosofia de la tecnologia i l'ètica de la informació”.

Francesc Llorens

Filòsof, professor de Filosofia i doctor en Educació i Tecnologies de la Informació

“*Blockchain*, en realitat, no és més que l'evolució natural de l'actual Internet de la informació –de tots conegut–, i que està representat per companyies com Google, Facebook, etc.”.

Alex Preukschat

Cofundador i cap de projectes especials a Globalent

“*Blockchain* és la tecnologia de moda. en empreses de totes les indústries s'està explorant l'impacte potencial del seu ús i com poden beneficiar-se d'aquesta tecnologia emergent. La indústria dels mitjans de comunicació no és una excepció. (...) Els mitjans de comunicació poden proporcionar una varietat de serveis digitals basats en *blockchain*, cosa que els brinda noves fonts de ingressos”.

Olga Blanco

Directora de *Blockchain*, IBM España

“*Blockchain* és una oportunitat per crear i preservar informació de qualitat, i potser el principi de la fi de models que prevalen el curt termini sobre l'interès general”.

Nicolás Boullosa

CEO, fundador i propietari de Faircompanies

“Per explicar-ho de manera senzilla suposa retornar el control al consumidor de continguts. Per exemple, un mercat ‘neutre’ de notícies, articles, continguts, on la meritocràcia sigui llei i on les transaccions siguin visibles per a tothom; on es pugui remunerar l'autor en funció de la seva reputació, i el consumidor per promocionar i consumir (!) contingut que consideri rellevant”.

Antonio Gonzalo

Emprenedor i cofundador d'Ethereum Madrid

“L'eficiència del *blockchain* permetrà micropagaments d'un cèntim per llegir un article, i podrà ser el mateix periodista qui ho cobri sense que intervingui el seu mitjà. Boníssima eina contra la pirateria: el *blockchain* aconseguirà que l'autor cobri per la feina cada vegada que es consumeixi (...) Hi

aurà millor periodisme: s'acabarà el frau del *clickbait* (pescaclics), perquè els mitjans no buscaran el clic, sinó que passem temps a la seva pàgina (cobriran d'anunciants o lectors per temps de visualització i no per nombre de clics)”.

Pablo Herreros

Soci Director de Goodwill Comunicació

“El canvi que portarà el *blockchain* als diaris no descentralitzarà la línia editorial, no pot fer-ho. En canvi, pluralitzarà els seus treballadors en una mena de mercat i posarà en evidència les notícies falses amb registres immutables de les publicacions i els seus canvis, que a la llarga les eliminarà”.

Héctor Cárdenas

Fundador i director executiu de *Criptonoticias.com*

cert ressò, té per bandera no tenir cap tipus de censura”.

Per acabar la ronda de mostres, la fundadora d'*Olechain.com* parla de les aliances que es formen, com la de la “corporació mediàtica Alex Springer que participa en el capital de SatoshiPay, una *startup* que, el 2016, va posar en marxa una plataforma perquè els editors web puguin monetitzar-ne els continguts a través de la lectura, visionat o escolta; oferint micropagaments per aquest consum o recepció. La seva tecnologia de pagament permet transferir quantitats tan petites com 0,01 euros gràcies al *blockchain*. D'aquesta manera, l'empresa emergent o *startup* ofereix una alternativa als editors que desitgen arribar a aquells consumidors que han instal·lat bloquejadors de publicitat, atès que la informació es consumeix sense publicitat i es paga en petitíssimes quantitats”, explica.

INNOVACIÓ IRREVERSIBLE

El canvi sembla que no té aturador. “En general, els *media* són models de *broadcasting*: jo dic el que jo vull dir i tu, si vols, m'escoltes. I com que han mantingut una estructura, una marca i una capacitat d'influència molt gran a nivell social durant molt de temps, és molt difícil canviar

"BLOCKCHAIN PROJECTA LA POSSIBILITAT DE TENIR MITJANS SENSE PERIODISTES I PERIODISTES SENSE MITJANS"

aquest pensament. Malauradament, ja no funciona així sinó al revés: el joc al que

juguem és el que es construeix sobre les audiències: actualment ja no s'és un *broadcaster*, sinó una persona que has d'escoltar i crear oferta segons el consum i les creences de les teves audiències” explica Barreiro.

Covadonga Fernández en reforça la predicció. “Hem de pensar que el panorama pot semblar una mica amenaçador per als

periodistes, ja que el *blockchain* projecta la possibilitat de tenir mitjans sense periodistes i periodistes sense mitjans. Al final, passarà el que

hem vist en altres àmbits i indústries: hi ha persones que ofereixen habitacions

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– durant el trimestre octubre-novembre-desembre de 2017. Cada tres mesos, un jurat atorga les beques Ferrer i Eguizábal, que premien els millors treballs d'aquest portal. El millor es publica a CAPÇALERA.

sense que siguin hotels o operadors del turisme”, compara.

Aquest immobilisme mediàtic és patent i llargament comentat. “Em va sorprendre el poc interès que tenen els mitjans pel *blockchain* i el molt que tenen a intentar mantenir un model que està destinat a morir” explica el consultor després del seu pas per Prisa.

“Al final, –conclou Barreiro– tota innovació té avantatges i inconvenients, tot depèn de quina actitud li posis. També deien que la irrupció d'Internet seria la mort del paper i no ha estat així. El que sí que és clar és que els mitjans no poden ni evitaran que la gent adopti i faci servir les noves tecnologies” Ç



FREELANCE, MÉS ENLLÀ DELS PIRINEUS

Un futur incert assetja els periodistes per compte propi a Europa

TEXT CARMÉ ESCALES
IL·LUSTRACIÓ ANNA FALCÓ

Ignorats, desconeguts o menystinguts, però signant encara en moltes portades de diaris i revistes al quiosc, els periodistes freelance que sobreviuen afronten un futur incert a tot Europa. Entre la passió i l'obligació d'anar per lliure com a opció de vida, els cercadors d'històries s'obren camí en una economia global i sectorialment molt esterilitzada per la crisi. Com se'n surten els professionals per compte propi a Itàlia, al Regne Unit i fins i tot a França, on els empara un estatut? La resposta és que acaba sent qüestió de perseverança, d'estratègia i de voluntat de buscar-se, amb més o menys fortuna, la vida.

“Es fa difícil predir el futur del periodista freelance a Europa. En un moment en què tothom elabora notícies, qui inverteix en periodisme, un ofici que requereix temps i formació? La sostenibilitat del periodista que cobra tant a la peça perilla, en gran part per la crisi del paper, però també perquè els preus de les informacions en el marc digital són tan precaris que molts no poden viure de la professió”, assegura Renate Schröder, des de Bèlgica. És la directora de l'European Federation of Journalists (EFJ), institució que ha elaborat la primera enquesta sobre autònoms a Europa, per radiografiar-ne la diversitat i les condicions de treball. La presentació de resultats va tenir lloc el 16 de març a Brussel·les.

“Es retallen preus i plantilles –prosegueix– i, fins i tot en països que eren referents positius com Alemanya o Noruega, només alguns periodistes independents i molt especialitzats poden portar un cert nivell de vida, ara bé les condicions per al conjunt dels freelance allà també han baixat. Al Sud i a l'Est, la situació és pitjor”.

D'altra banda, segons recull l'informe de l'economista Mark Spilsbury sobre la situació dels periodistes freelance al Regne Unit, publicat pel Consell Nacional per a la formació dels periodistes, en termes generals, el benefici potencial del periodista freelance ha davallat dràsticament els darrers deu anys i, segons

els entrevistats en l'estudi, per als propers quinze anys no compten amb augmentar-los. La irrupció del periodista “ciudadà” hi té molt a veure. És el nou informador, aporta fotografies i relats als espais digitals on la immediatesa passa al davant del rigor periodístic.

FINS I TOT EN PAÏSOS COM ALEMANYA O NORUEGA LES CONDICIONS LABORALS DELS FREELANCE HAN ANAT A MENYS

I de la compensació econòmica. La davallada de 34.000 a 20.000 periodistes freelance al Regne Unit entre 2016 i 2017 –dades de la *Press Gazette*– mostra la dificultat creixent de trobar feina remunerada.

Fins i tot en llocs on els editors britànics encara paguen, les dades de la National Union of Journalists mostren com la majoria paga el mateix, o fins i tot menys, que fa deu anys. Si la mitjana salarial d'un periodista al Regne Unit és de 30.884 lliures a l'any, per als freelance és només de 19.500, encara que un 44% dels freelance enquestats asseguren que no superen les 15.000 lliures anuals.

El tancament de capçaleres fa que molts freelance vegin reduït el seu ofici a la condició gairebé d'afició.

Aquest és, si fa no fa, el cas de l'Andrea Zappa, un fotoperiodista nascut a Milà el 1974. Somiava esdevenir reporter en zones de conflicte bèl·lic, però la gran batalla ha estat la pròpia professió. Ha treballat per a *Uomo Vogue*, *Traveller*, *Posh* o *Jack* i ha dirigit les revistes *WU Magazine* i *Club Milano*.

A partir del 2009, va començar a patir les retallades del sector. "Em feia vergonya haver de dir als col·laboradors que els podia pagar els textos, però no les fotografies", recorda. Fa dos anys que viu a Barcelona. Pensava seguir col·laborant amb publicacions italianes, per contra, veient que cada cop era més difícil, ha cercat una feina lluny del periodisme. "El que havia semblat que arribava per ajudar-nos, Internet, s'ha carregat la professionalitat. Ara es contrasta poc, l'endemà tot és vell i el reconeixement de la feina, la recerca, la mirada diferent, s'ha perdut. A 25 anys guanyava més que a 40, precisa qui va començar a treballar a 24 anys i ara, a 43, manté el seu carnet de periodista gairebé de manera simbòlica.

COMPLEX I SENSE REGULAR

L'any 1986, la Claudia Patrone va començar a interessar-se pel periodisme cercant notícies sobre l'escola de la ciutat d'Alba, al Piemont italià, per a un petit diari local. Tres anys més tard, fent primer de Lletres Modernes amb una branca de Comunicació, a la Universitat de Torí, es va estrenar com a redactora en un diari de l'Associació per al renaixement de la Vall Bormida, a la regió on vivia. El 1992, va entrar a *Il Corriere di Alba* a mitja jornada i, el 2004, va passar l'examen d'Estat que certifica la professió periodística i expedeix el carnet de premsa, que a Itàlia regula l'Ordine dei Giornalisti.

"Per desenvolupar legalment la professió, cal registrar-se a l'Agenzia delle Entrate (Hisenda) com a empresa individual, per facturar l'import que, almenys en el meu cas, marquen els propis clients. Hi ha un tarifari fet per l'Ordine dei Giornalisti, però que ningú respecta", aclareix la Claudia.

"La factura inclou un 2% a càrrec de l'editor i un 10% a càrrec del periodista de seguretat social obligatòria i

per a la qual has d'estar inscrit a l'Istituto Nazionale di Previdenza dei giornalisti Italiani. Ella és freelance des del 2004 perquè a l'empresa editorial on treballava li varen plantejar el comiat a canvi de continuar encarregant-li temes com a freelance. "No era, doncs, el que s'entén pel freelance que recull material i apro-

AL REGNE UNIT, EN UN ANY HAN PASSAT DE 34.000 A 20.000 FREELANCE DEGUT A LA CAIGUDA DELS INGRESSOS

fundeix en arguments que després ven a una empresa editorial, fet que és molt dur avui perquè es compra i es paga molt poc. El freelance purament creatiu és una minoria. Amb el temps, he sabut valorar els avantatges i la llibertat del teletreball, amb el preu que comporta. Sempre es treballa més del que es cobra i si un dia tanquen, el paracaigudes te l'has d'haver preparat tu", assegura.

També, la Claudia Patrone és redactora en cap d'*Audiology Infos*, revista de l'editora EDP Santé, amb seu a París. Des de casa seva, al Piemont, o allà on es trobi a Itàlia, en gestiona el contingut en paper, en digital, el butlletí d'informació o *newsletter* i les xarxes socials. Poc temps li queda per a altres col·laboracions en un mercat "complex en què els editors tenen prou informació i agències a l'abast per fer, si volen, tot un diari sense la feina d'un periodista", afirma.

"Ningú no ho controla, és una mica la selva", afegeix Patrone.

Una selva en la qual la gent s'espavila com pot. Segons dades d'Acta, l'associació de periodistes freelance d'Italià, hi ha quatre milions i mig d'italians treballant el periodisme de manera independent, molts dels quals ho alternen, per necessitat econòmica, amb una segona feina.

DRETS EN PERILL

"No és fàcil, però és possible sobreviure com a freelance", diu des de Londres el periodista que presideix The National Union of Journalists in Britain and Ireland, Tim Dawson, amb 30.000 periodistes adherits, dels quals menys de 10.000 són freelance (uns 20.000



LA CULTURA ES GAUDEIX MÉS AMB COCA-COLA

Coca-Cola, el disc vermell i l'ampolla contour son marques registrades de The Coca-Cola Company.



SENT EL GUST®

al país). Segons ell, “com més experiència es té, més fàcil és viure bé com a freelance”.

El David Nicholson va triar ser freelance, autoocupar-se com a autònom pagant impostos i seguretat social. “Hi ha menys feina en els mitjans tradicionals, com diaris, però n’hi ha més per als webs de moltes empreses”, argumenta. “Si la precarietat s’associa al freelance? Sí, però també els viatges, la llibertat, conèixer gent interessant i a ser creatiu”, explica. El David treballa per a clients britànics i per a altres països, tant editors de publicacions com empreses diverses. “No és fàcil, ara bé, veient-ne els resultats sento que ha valgut la pena”, afirma. El 2001, va posar en marxa *Freelancejournalist.co.uk*, un proveïdor de freelance especialitzats en diferents temes.

A altres països també intenten ajudar-se entre ells. Fer pinya és el que cada cop més procuren a França, tal vegada els més privilegiats d’Europa. Allà un estatut garanteix el dret a l’atur, la formació i la seguretat social als anomenats *pigistes*, els periodistes que cobren tant a la peça i amb més de la meitat dels ingressos fruitos del periodisme. “No facturem com a autònoms arquitectes o lampistes, nosaltres som considerats assalariats del mitjà”, aclareix Pablo Aiquel, *pigista* i membre del SNJ-CGT, el segon sindicat de periodistes més important del país. Des del sindicat, ell prepara un grup de treball sobre *pigistes* i altres periodistes en situació més precària.

FINIS I TOT PERILLEN ELS HISTÒRICS DRETS CONQUERITS A FRANÇA PELS QUASI 7.000 PERIODISTES *PIGISTES*

Segons en Pablo, també copresident del FREG (Freelance Expert Group, de la Federació europea de periodistes), a França es calculen una mica menys de 7.000 periodistes *pigistes*, i la precarietat laboral fa perillar els seus històrics drets. “Molts ni els coneixen realment. I un dret que no es defensa es perd”, adverteix. Aquest és un dels temes a debat en les trobades anuals de Les 48 h de la Pige, que organitza Profession: pigiste, associació creada l’any 2000 per defensar els drets dels periodistes independents, amb més de 500 adherits.

AUTOORGANITZATS

Al nord de França, fa vuit anys, set *pigistes* veien com els mitjans que els compraven articles els començaven a demanar factura. “Així els drets de l’estatut no queden recollits i el periodista es fa càrrec de la seguretat social”, explica el periodista Morgan Railane. Per això, veient allò, van posar en marxa Capresse, una cooperativa de periodistes freelance que fa de pont entre periodistes i mitjans i que garanteix la condició d’assalariats dels col·laboradors.



Extramuros és una altra fórmula, una agrupació de periodistes de ràdio, redactors, fotògrafs, operadors de càmera que desenvolupen temes d’actualitat, molts cops d’abast internacional i els ofereixen als mitjans en diferents formats. La Lizzie Treu en forma part. “És una manera de relacionar-se amb col·legues de professió, perquè treballar sola a casa no és fàcil i així fas temes més ambiciosos”, comenta. We Report és una experiència similar que permet conservar l’essència del periodista lliure i creatiu, com se sent encara l’Elise Gazengel. “Ets feliç amb la teva ètica, encara que això no t’alimenta. L’estrès constant per veure si arribaràs a final de mes te’l compensa una mica mirar-te al mirall i sentir que no estàs destrossant la professió”, afirma. Ella és periodista francesa. Des de Barcelona, treballa per a productores de televisió, ràdio i també escriu per a mitjans francòfons i de parla hispana. L’Elise, però, ja gasta carnet de premsa català i autònoms espanyols. I això ja és una altra història. Ç

Més informació a:

www.nuj.org.uk → Web del National Union of Journalists del Regne Unit

www.acta.it → Web d’Acta, associació de periodistes freelance d’Itàlia

www.nujpresident.org.uk → Web de The National Union of Journalists in Britain and Ireland

Freelancejournalist.co.uk → Web proveïdor de freelance especialitzats

www.pigiste.org → Web de l’associació Profession: pigiste, que defensa els drets dels periodistes independents.

www.capresse.fr → Web de Capresse, cooperativa de periodistes freelance francesos.



V Premi Periodístic ATLL de l’Aigua

El Premi valorarà tos aquells reportatges o treballs periodístics que han contribuït al coneixement i la difusió de la importància de l’aigua en l’àmbit català, tant des del punt de vista mediambiental com social, tecnològic i cultural.

Primer premi de 3.000 euros i tres accèssits de 1.500 euros.

Participa-hi!

Consulta les bases a www.atll.cat

* Els reportatges han d’haver estat publicats entre el mes d’octubre del 2017 i setembre del 2018. La data de presentació finalitza el 30 setembre 2018.

Amb la col·laboració de:



Organitza:



MARIA AURÈLIA CAPMANY, PERIODISTA

En el centenari del seu naixement, l'obra d'aquesta intel·lectual a la premsa encara es manté en un segon pla

TEXT SANDRA BALAGUÉ ANGLADA



Maria Aurèlia Capmany, en una imatge d'arxiu. Procedència: Arxiu del Lligat Vidal-Capmany / Universitat Rovira i Virgili.

Polièdrica i polifacètica són dos dels adjectius que més escauen a una personalitat de la talla de Maria Aurèlia Capmany, de qui aquest 2018 se celebra el centenari del naixement. I és que, tot i que a la Capmany se la coneix, sobretot, per la faceta literària (amb prop de seixanta llibres publicats) i per la incursió en la política (va ser regidora de Cultura amb Maragall com a alcalde), d'aquesta intel·lectual en majúscules, se'n destaquen moltes altres facetes, com ara la de dramaturga, actriu, assagista, docent... i sí, també, periodista. En són prova el més de miler i mig d'articles que va deixar escrits a la premsa.

La Maria Aurèlia, com se la coneixia sovint, era una intel·lectual amb majúscules, encara que ella s'autoanomenés, sorneguera, "una dona de fer feines". De fet, sí que en feia, de feines. I moltes. I molt ben fetes. Dues de les que més va fer van ser articles i crítiques literàries, dos gèneres periodístics indiscutibles que ens duen a afirmar, doncs, que Maria Aurèlia Capmany va ser, també, una periodista.

LA SEVA OBRA EN PREMSA ARRIBA QUASI A LES DUES MIL PECES PERIODÍSTIQUES ESCRITES EN DIFERENTS CAPÇALERES ENTRE 1948 I 1991

Vagi per endavant que és cert: la Capmany no va fer mai de periodista diguem-ne "convencional", en el sentit que ella no anava a cobrir esdeveniments per a ràdio, premsa o televisió. Però feia periodisme, sobretot –i no només– escrit, perquè escrivia amb assiduïtat en diaris i revistes, com veurem tot seguit. N'han comptat les seves peces diversos estudiosos de l'obra periodística, com són Albert Basart (que situa en 1.363, pel cap baix, els articles de la Capmany) o la periodista Eva Piquer (que n'eleva el total, i situa el nombre final de peces periodístiques d'aquesta intel·lectual en prop de dues mil).

DIVERSOS RECULLS

Qui vulgui fer un tast per l'obra periodística de la Capmany té algunes obres a disposició. En primer lloc, hi ha el *Dia sí, dia no: apunts sobre la nostra societat actual*, publicat per Llibres de Sinera el 1968,

en què es recullen quaranta-cinc articles publicats a la revista *Presència*, setmanari fundat a Girona l'abril del 1965 i on Capmany col·laborà assíduament (per primer cop en la seva trajectòria) amb un article d'opinió fix.

En segon lloc, i d'una mica més fàcil accés, podeu trobar *Dietari de prudències*, un volum publicat el 1982 per La Llar del Llibre, que recull cent

vint-i-quatre articles publicats a *Serra d'Or* entre 1970 i 1980 (la secció es deia "Dià rere dia"). I, encara, podeu trobar també

el *Cada cosa en el seu temps i lectura cada dia*, de l'Editorial Dopesa, publicat el 1976 i que recull altres col·laboracions de la Capmany a *Serra d'Or*, intercalats amb el record dels costums populars estudiats pel seu pare, Aureli Capmany.

Malgrat aquestes obres, i com explica el biògraf de la Capmany, Agustí Pons, no s'ha editat mai un volum amb els articles periodístics de Maria Aurèlia

VA ESCRIURE A MITJANS COM *PRESENCIA*, *SERRA D'OR*, *ORIFLAMA*, *MUNDO DIARIO*, *TRIUNFO*, *AVUI*, *LA VANGUARDIA* O *EL PERIÓDICO*

Capmany (en un article de fa dos anys, de fet, Pons suggeria que la celebració del centenari podria ser una bona ocasió per editar-lo amb els afegitons o correccions que calgués).

I és que, efectivament, l'obra completa de la Capmany consta de set volums publicats per l'editorial Columna entre el 1993 i el 2000, per encàrrec de la Diputació de Barcelona, i a cura de Guillem-Jordi Graells, i d'un volum vuitè, encara no publicat, que havia de recollir les principals contribucions de l'autora en diaris i revistes, a través dels seus articles. Aquesta feina es va fer, de fet, però –coses prosaiques de la vida– es va perdre el treball final abans de ser publicat.

El que tenim avui és, doncs (i més enllà dels reculls parcials que ja s'han esmentat) una ingent quantitat de papers dispersos per hemeroteques diverses que caldria tornar a aplegar i classificar en un sol volum: aquest vuitè tom de les obres completes.

QUATRE ETAPES

Concretament, i d'acord amb la divisió cronològica establerta per Eva Piquer –que ha estudiat extensament l'obra periodística de la Capmany–, podem dividir la trajectòria de la nostra autora

com a articulista (i, en menor mesura, també com a crítica literària) en quatre etapes diferents. La primera aniria del 1948 al 1962 i coincideix amb una època en què la premsa està fortament controlada pel règim franquista, motiu pel qual les incursions de la Maria Aurèlia (marcadament anti-franquista) són limitades.

CELEBRACIÓ DOBLE

Maria Aurèlia Capmany va néixer el 3 d'agost de 1918 i va morir el 2 d'octubre de 1991. Aquest 2018, el Govern i la Institució de les Lletres Catalanes en celebraran el centenari del naixement, però la celebració oficial serà doble, ja que també es commemoraran els 150 anys del naixement del seu pare, Aureli Capmany, reconegut folklorista que va ser el fundador i primer director de la revista infantil *En Patufet*. També va col·laborar en altres publicacions infantils.

Pel que fa a la Maria Aurèlia, l'Any Capmany –que comptarà amb la participació de diferents institucions– tindrà conferències divulgatives centrades en la lectura i el comentari de l'obra, exposicions de múltiples tipologies i actes acadèmics i pedagògics. Hi destaquen els espectacles teatrals. A l'abril, *Carme Sansa diu i canta Maria Aurèlia Capmany* es podrà veure al Cinema Girona, al juny, *Cartes Impertinents* al Teatre Lliure de Gràcia i, al novembre, l'espectacle *Parlàvem d'un somni* al TNC. D'altra banda, el Simposi Trias, de la Càtedra Ferrater Mora de pensament contemporani de la UdG, retrà homenatge a l'escriptora. Al novembre, es farà una jornada a la UB. També s'organitzarà un acte institucional a càrrec de l'Ajuntament de Barcelona, tot i que a l'hora de tancar aquesta edició la data encara estava per concretar.

Són d'aquesta època les col·laboracions de Capmany amb la revista *Ariel*, els articles a la revista mallorquina *Raixà* (allà hi publica el que és probablement el seu primer article a la premsa: dues pàgines sobre Víctor Català) i les col·laboracions,

castellà, a la premsa editada a Catalunya, com és el cas de *Diario Femenino* (a partir de 1974: *Mundo Diario*) i *El Noticiero Universal*. A més, també són d'aquesta època la majoria d'articles seus (una vintena) a la revista *Triunfo*.

UN TREBALL AMB LES PRINCIPALS CONTRIBUCIONS EN DIARIS I REVISTES, A CURA DE GUILLEM-JORDI GRAELLS, ES VA PERDRE ABANS DE SER PUBLICAT

a final d'aquesta primera etapa, a *El Pont*, una revista cultural literària publicada a Barcelona als anys cinquanta.

La segona etapa comença el 1962 –any en què inicia les col·laboracions amb *Serra d'Or*– i acaba el 1976. A la primera meitat d'aquesta etapa escriu en català, a més de per a *Serra d'Or*, al setmanari *Presència* i, en castellà, a la revista *Cuadernos para el Diálogo*. A la segona meitat del període, s'estrena amb la coordinació de la secció de llibres d'*Oriflamma* (incrementant el seu nivell de responsabilitat amb una publicació periòdica) i comença a escriure, en

La tercera etapa, que va del 1976 al 1983, ve marcada per l'inici de la democràcia a Catalunya i a Espanya i per la sortida

al carrer del diari *Avui*, on Capmany col·laborarà des de l'inici i on arribarà a firmar, en total, fins a gairebé quatre-cents articles. A més, en aquesta època, la Maria

VA ENTREVISTAR AL PRESIDENT JOSEP TARRADELLAS I VA COL·LABORAR AMB EMISSORES COM RADIO PENINSULAR I RÀDIO 4

Aurèlia inicia la militància política, amb l'ingrés al Partit Socialista de Catalunya, fet que la durà a col·laborar també amb revistes afins al partit, com ara *L'Hora*

Socialista o *L'Hora* –on coordinarà l'àrea de Cultura. Finalment, també d'aquesta etapa –concretament de la segona meitat– són les col·laboracions amb *Canigó* i l'inici dels seus articles a *La Vanguardia*.

Per acabar, la quarta etapa comença el 1983 –any en què Capmany entra a l'Ajuntament de Barcelona com a regidora de cultura del govern de Pasqual Maragall (posteriorment, serà regidora d'Edicions i Publicacions)– i acaba el 1991, any de la seva mort. En aquesta etapa, no només continua les col·laboracions amb l'*Avui* i *La Vanguardia* (on s'intensifica la periodicitat i freqüència), sinó que també publica (hi firmarà una trentena d'articles) a *El Periódico de Catalunya*, *El Temps* i *Barcelona Metròpoli Mediterrània*, entre altres mitjans escrits.

RÀDIO I TELEVISIÓ

Hem parlat dels articles i de les crítiques literàries, si bé a la premsa també hi fa algunes entrevistes. Hi destaquen l'entre-

vista que realitza amb el president Tarradellas i que es publica al número 50 del setmanari de tendència socialista *L'Hora*, o l'entrançable “conversa” –sovint l'autora prefereix anomenar així les seves entrevistes– amb l'escriptora i amiga Montserrat Roig, l'abril del 1991, per a la revista *Cultura*. Es tracta d'una càlida conversa, efectivament, entre les dues amigues pocs mesos abans de la desaparició de totes dues a causa d'un càncer de mama.

Però no només a la premsa escrita trobem desplegat el periodisme de Capmany. Per a la ràdio, el 1978, aquesta intel·lectual va realitzar, en primer lloc, una sèrie de quaranta-cinc capítols anomenada “Temps passat, notícia d'avui”. Es tracta d'una història de Catalunya pensada i feta per al mitjà radiofònic que cada diumenge s'emetia per Radio Peninsular i cada dimecres per Radio 4.

Per a aquesta mateixa emissora de Radio Nacional de España a Catalunya, Radio 4, i el mateix any 1978, fa comentaris de deu

A TVE, VA ESCRIURE GUIONS DRAMÀTICS, VA SER EDITORA D'UN MAGAZÍN DE TARDA I FINS I TOT VA CONDUIR ALGUNS DEBATS

minuts cada dilluns, dimecres i divendres. I, de 1989 a 1991, serà contertuliana del programa matinal conduït per Xavier Foz també per a aquesta emissora pública.



Capmany va cultivar l'articulisme. Procedència: Arxiu del Llegat Vidal-Capmany / URV.

Pel que fa a la televisió, escriu diversos guions dramàtics per a TVE i, entre 1978 i 1979, és l'editora del programa magazín *Cita a mitja tarda* a TVE-Catalunya. A més,

també fa una incursió puntual com a conductora de debats, perquè, durant quatre dies, el 1988, condueix una hora de debat diari per a

aquesta cadena: “A dos de cinc, te o café”. Si es llegeix, per exemple, *Dietari de prudències*, el lector s'adona que al llarg dels cent vint-i-quatre articles que recull

aquest llibre (que aplega els articles de la Capmany escrits per a la secció “Dia rere dia” de *Serra d'Or*, publicats tots durant la dècada dels setanta) la Maria Aurèlia escriu (i, per extensió, parla, opina) sobre diversos temes (literatura, política, feminisme...), encara que sempre amb un discurs ben travat, contundent, clar i entenedor. S'hi llegeix, sense cap mena de dubte, una vasta cultura i allò que en diríem un sòlid *background*. En l'obra periodística percebem, en definitiva i sense vacil·lacions, una intel·lectual de cap a peus. Que aquest centenari serveixi per recordar-(nos)-ho. Ç

Més informació a:

<http://cultura.gencat.cat/ca/anymariaaureliacapmany/inici> → Web de l'Any Maria Aurèlia Capmany

Maria Aurèlia Capmany. L'època d'una dona d'Agustí Pons. → Edició commemorativa del centenari del naixement de Capmany. (Ed. Meteora, Ajuntament de Barcelona, 2018)

Dia sí dia no (Llibres de Sinera, 1968). → Articles de Maria Aurèlia Capmany publicats a *Presència*.

Cada cosa en el seu temps i lectura cada dia (Editorial Dopesa, 1976). → Articles de Maria Aurèlia Capmany publicats a *Serra d'Or*.

Dietari de prudències (La Llar del Llibre, 1982). → Articles de Maria Aurèlia Capmany publicats a *Serra d'Or*.

Article *Maria Aurèlia Capmany, una articulista prolífica i coherent (engrunes de vida en paper de quiosc)* d'Eva Piquer dins el llibre *Maria Aurèlia Capmany. 1918-1991* (Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 1992, pàgines 209-247).

Dossier
La televisió del futur



EL FUTUR INCERT DE LA TELEVISIÓ

Els avenços digitals i els nous hàbits de consum marquen les tendències del sector

L'augment de l'ús de mòbils i tauletes per mirar continguts audiovisuals, la ferotge competència de les plataformes de televisió a la carta i l'aposta per les retransmissions en temps real han obligat les cadenes de televisió a adaptar-se als nous hàbits dels teleespectadors. I és que, mentre el nombre de minuts davant del televisor davalla cada any, també es detecta un augment d'hores de consum audiovisual. La televisió està en perill o simplement es troba enmig d'un procés de transformació?



TEXT LAURA SAULA

A primera vista, els auguris pel que fa al futur de la televisió tal com la coneixem no són gaire encoratjadors. Cada any s'escurcen els minuts diaris d'audiència. El passat 2017, es van perdre sis minuts respecte de l'any anterior, segons un estudi publicat recentment per l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC).

D'altra banda, el darrer informe (*TV & MEDIA 2017: a consumer-driven future of Media*) del laboratori de recerca d'Ericsson afirma que, el 2020, la xifra dels espectadors de televisió tradicionals representaran només un 11% del conjunt de l'audiència. Els resultats d'aquest estudi, realitzat amb un total de vint mil usuaris d'Espanya, Brasil, Canadà, Xina, Índia, Alemanya, Itàlia, Rússia, Corea del Sud, Suècia, Taiwan, Regne Unit i Estats Units, també mostren que un 60% dels enquestats prefereixen el *view on demand* (VOD), és a dir, la televisió a la carta.

En aquest punt és on es veu l'altra cara de la moneda. Que la televisió perdi audiència no vol dir que es perdin espectadors amb ganes de consumir productes audiovisuals. Prova d'això és que plataformes com Netflix, HBO o Movistar+, aquests anys, estan pujant com l'escuma.

Això mostra una clara preferència per l'anomenada *televisió obliqua*: qualsevol lloc, qualsevol moment i en qualsevol dispositiu. "Una televisió que estigui sempre a la nostra disposició", resumeix Joan Maria Corbella, professor i director de

l'Observatori de la Producció Audiovisual de la UPF.

Davant d'aquest fet, les televisions tradicionals busquen noves maneres de fer front al temporal competitiu de les plataformes de continguts. "Ens costa adaptar-nos al món digital, però tampoc ajuda que les mètriques d'audiència encara no contemplin les visualitzacions de la televisió a la carta", lamenta Sergi Vicente, director de Betevé. Tampoc ajuda, segons Vicente, la reducció dels pressupostos destinats a la televisió pública, que veu com s'hauria d'invertir més per adaptar-se als nous

ES PREVEU UN ECOSISTEMA AUDIOVISUAL EN QUÈ ELS MÒBILS SERAN L'ELEMENT CLAU A L'HORA DE CONSUMIR CONTINGUT TELEVISIU

formats de pantalla que utilitzen els espectadors.

Una altra de les prediccions de l'estudi d'Ericsson és que, el 2020, ens trobarem immersos en un ecosistema audiovisual en què els dispositius mòbils seran l'element clau a l'hora de consumir contingut televisiu. I no només això, sinó que en ser un objecte que sempre portem al damunt, s'incrementarà el temps de consum audiovisual, que pot arribar fins a les trenta-una hores setmanals.

Tot i això, els experts no vaticinen la mort de la pantalla de televisió. "Ningú vol veure la Champions a través del mòbil,

ara bé si ets un malalt del futbol sí que miraràs partits a l'*smartphone*", posa com a exemple Emili Prado, catedràtic de Comunicació Audiovisual de la UAB.

Segons aquest expert, en el futur cap dispositiu dominarà sobre els altres, i si cada cop es miren més continguts a través del mòbil, és perquè s'ha augmentat el temps que es veu audiovisual. "Consumim més televisió ara que en tota la història", resumeix Prado, qui detecta un augment del *timeshift*: mirem la televisió el mateix dia, però no a l'hora en què s'ha emès el programa.

També, Sigfrid Gras, adjunt a la direcció de TV3 i cap de Programes i continguts, ha observat com el visionat a través del

mòbil és breu, de no més d'una hora. "Per això, els continguts a la carta els posem en format de clips i vídeos destacats que es poden mirar en qualsevol lloc i moment", explica.

L'AUDIÈNCIA QUE VE

I qui acostuma a mirar continguts per mòbil en qualsevol lloc i en qualsevol moment? Els joves. Això no vol dir que no alternin les pantalles, igual que els adults. "Si volen veure pel·lícules o sèries en bona qualitat, sempre aniran a la pantalla gran", destaca Joan Maria Corbella. De fet, precisament el contingut de ficció és el més sol·licitat pel públic d'entre 16 i 34

PREPARATS PER ALS CANVIS?

Quan es tracta de saber com serà la televisió del futur, és inevitable donar un cop d'ull a les noves tecnologies, que evolucionen sense frens a les rodes. Els experts coincideixen en el fet que els canvis són tan ràpids, que gairebé no hi ha temps per amortitzar els últims llançaments. Ara és el moment de parlar de termes com el 4K o el 8K, que ja treballa amb setze vegades més píxels que un televisor Full HD. També hi ha la tecnologia HDR, que té com a objectiu crear un alt nivell de realisme reproduint els colors amb precisió; o el HFR, pensat sobretot perquè els moviments siguin molt més ràpids i nítids durant les retransmissions d'esports. Sense descomptar l'arribada del sistema 3D sense ulleres o la tecnologia OLED.

Aquesta última consisteix en televisors compostos per un complicat sistema de díodes i components orgànics que reaccionen al pas de l'electricitat emetent llum. D'aquesta manera, i a diferència dels panells LCD tradicionals, s'aconsegueix una major fidelitat del color, uns negres més intensos i un gran contrast general. No és casualitat que a l'últim estudi publicat pel laboratori d'Ericsson un 30% dels enquestats considerin que la millora dels serveis de realitat virtual contribuiran que es mirin els continguts com si l'espectador estigués dins de la narrativa.

Fins i tot un 27% dels participants creuen que en el futur consumiran més contingut en format 360 graus. Tot i això, experts com Emili Prado, catedràtic de Comunicació Audiovisual de la UAB, consideren que les cadenes de televisió encara ofereixen molts continguts que no estan creats ni adaptats a aquest nivell de sofisticació tecnològica.

anys, segons dades de l'estudi d'Ericsson, seguit dels vídeos generats pels mateixos usuaris, com serien els *youtubers*, i els esports en directe. A més, dediquen un total de trenta-tres minuts diaris a buscar què mirar abans de decidir-se, gairebé el doble que els consumidors de més de 35 anys.

L'oferta audiovisual és inabastable, tan sols s'ha de veure la ferotge competència entre les plataformes a la carta i les televisions tradicionals, que busquen la seva part del

"CONSUMIM MÉS TELEVISIÓ ARA QUE EN TOTA LA HISTÒRIA"

Emili Prado, UAB

pastís a Internet. A BTV, fa temps que aposten per crear continguts específics per a adolescents, amb una presentació pensada exclusivament per a la web i les xarxes so-

cial. D'altra banda, una ullada al web del programa Super3, de TV3, és suficient per adonar-se de com s'han adaptat al format mòbil, que és des d'on entren els infants per mirar els continguts.

EL PODER DEL DIRECTE

Per a aquesta nova fornada d'espectadors, la pantalla de televisió es convertirà en una espècie d'electrodomèstic que servirà per poder mirar els continguts, sobretot

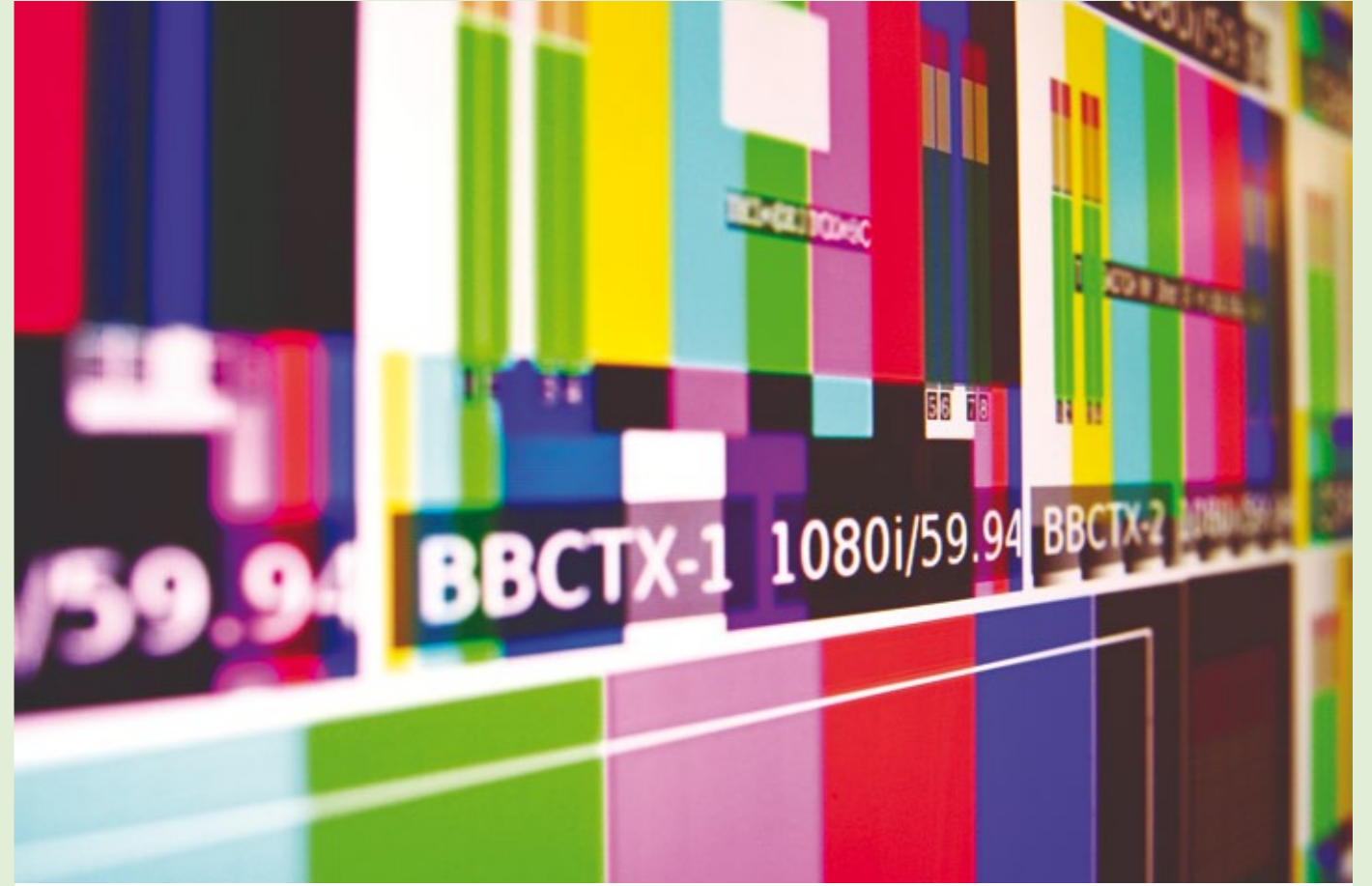
de ficció, amb millor qualitat d'imatge. Amb tot, segons els experts, sí que hi haurà una cosa que els podrà enganxar al televisor "de tota la

vida": el directe. "Se'ls podrà atrapar amb aquells continguts que, si els deixen per a més tard, ja perden l'onada amb els amics l'endemà", resumeix Corbella.

De la mateixa manera, el servei d'informatius també seguirà sent un d'aquells productes que només valdran la pena si es veuen en el moment.

"L'espectador ha de percebre que ho està veient tot en directe, de manera que també ho pugui comentar en directe", explica Sigfrid Gras. Per a l'adjunt a la direcció de TV3, s'haurà d'incentivar els espectadors a seguir en temps real per les xarxes el que s'està retransmetent.

En altres paraules, l'*streaming* cada vegada tindrà més poder, i tenir l'oportunitat de participar fent comentaris a la Xarxa serà tot un valor afegit per a l'espectador. De fet, l'estudi d'Ericsson assenyala com un 27% dels enquestats consumiran la major part de les notícies a través de les xarxes socials, i un 24% veurà gran part dels continguts esportius a través dels serveis d'*streaming*.



El sector audiovisual es troba immers en un canvi profund que està transformant molts hàbits dels ciutadans. Foto: Tim Mossholder (Unsplash).

Tot i les bones esperances, pel que fa als informatius, Prado recorda que avui

PER A LA NOVA FORNADA D'ESPECTADORS, LA TELEVISIÓ SERÀ UN ELECTRODOMÈSTIC ON MIRAR ELS CONTINGUTS AMB MILLOR QUALITAT

dia les persones ja no esperen a una determinada hora per informar-se. "Es rep informació a tota hora i per tot arreu, no cal esperar al telenotícies", afirma el catedràtic, qui creu que en aquest cas els consumidors hauran de valorar quina informació els aporta més valor, enmig de la voràgine actual de la postveritat i les *fake news*. "El futur del periodisme a la televi-

sió està estretament lligat a un periodisme en majúscules que ofereixi informació contrastada i credibilitat", conclou.

S'han fet moltes previsions i se n'estan fent sobre el futur de la televisió, encara

que els experts adverteixen que aquestes sempre acaben sent corregibles. "El que es deia fa dos anys ara ja s'ha de revisar",

"EL QUE ES DEIA FA DOS ANYS ARA JA S'HA DE REVISAR"

Sergi Vicente, BTV

adverteix Sergi Vicente. El director de Betevé assegura que el nivell de canvis des del punt de vista tecnològic i empresarial és tan accelerat que és difícil fer pronòstics. Ara bé, el que una cosa es té clara és que totes aquestes transformacions no mataran la televisió. "Ens situem davant d'una centralitat més gran en el conjunt del sistema audiovisual", apunta Emili Prado. Hi ha canvis, sí, però en cap cas som davant de la defunció de la televisió. Els espectadors consumeixen i demanen

més continguts que mai. Això sí, tal com conclou l'informe d'Ericsson, el futur és brillant, si hi estem preparats. Ç

Dossier
La televisió del futur



UN CONTRINCANT ANOMENAT NETFLIX

L'èxit de la televisió en línia evidencia el profund canvi d'hàbits en el consum audiovisual

En pocs anys, la televisió per Internet ha revolucionat la manera de consumir-la. Plataformes com Netflix, HBO, Filmin o Movistar+, per posar els exemples més coneguts, estan canviant la manera de mirar i consumir televisió, però també l'estructura del sector i els models de negoci propis del cinema i la televisió. Ens trobem, doncs, davant d'un canvi de paradigma en la indústria audiovisual.



TEXT FRANCESC PONSÀ

Les tecnologies evolucionen per a satisfer les demandes de la gent. Un exemple d'això són els ordinadors, que van convertir les màquines d'escriure en relíquies. Actualment, en el món hi ha milions de televisors connectats a Internet. Per tant, parlar avui dia de televisió convencional és referir-se a un sistema que cada cop més usuaris posen en qüestió amb el seu comportament quotidià.

“Allò que havíem definit en el passat, potser no ens encaixa avui. Abans pensàvem en la televisió com l'oferta dels canals a través del televisor, o el servei sota demanda com el VHS o el DVD que llogaves al videoclub... En l'actualitat, aquestes dues coses i altres continguts s'estan barrejant i es veuen en diferents pantalles”, explica Lluís Borrell, soci i director de l'àrea de Media Consulting d'Analysis Mason, que afirma que Internet ha revolucionat el panorama audiovisual.

En aquest sentit, Judith Clares, professora de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i experta en nous models de distribució, vídeo sota demanda i televisió connectada, considera que la pantalla de televisió ja no és exclusiva dels operadors tradicionals. “Dins de la pantalla de la televisió —assegura— trobem nous actors que

UN ESTUDI DE CISCO ASSEGURA QUE AL MÓN EL TRÀNSIT A INTERNET ES TRIPLICARÀ EL 2021 DEGUT AL CONSUM DE VÍDEO

competeixen pel nostre temps d'oci al costat dels canals tradicionals. Ara no només podem mirar els canals de televisió lineals, sinó que accedim a infinitat de contingut gratuït i de pagament des del mateix comandament a distància. S'ha multiplicat l'oferta de continguts i podem convertir-nos en els nostres propis programadors”.

L'estudi *Cisco Visual Networking Index Global Forecast and Service Adoption 2016-2021* assegura que el trànsit a Internet es triplicarà el 2021 degut al consum de vídeo

(82% del trànsit IP). A Espanya, s'estima que serà d'un 77% i que es consumiran 46 milions de minuts cada mes. La multinacional preveu que, el 2021, hi haurà 4.600 milions d'internautes (un 44% de la població mundial). Les previsions per a Espanya són de 36,3 milions (un 79% de la població del país). Cosa que suposa 2,8 milions més de persones connectades.

Segons la consultora Barlovento Comunicació, el consum de televisió per

MAI ABANS A L'ESTAT ESPANYOL S'HAVIA CONSUMIT TANTA TELEVISIÓ NI AQUESTA HAVIA TINGUT TANT DESENVOLUPAMENT

persona al dia a l'Estat espanyol ascendeix a 240,1 minuts. Mai s'havia consumit tanta televisió ni aquesta havia tingut tant desenvolupament. Tanmateix, la digitalització ha comportat uns canvis d'hàbits de consum televisiu. El més important ha estat l'obertura als nous serveis a Internet que en aquests darrers

anys ha suposat una reducció del consum de televisió tradicional.

CANVI DE TENDÈNCIA

Les diferents opcions que faciliten el consum de televisió en diferit (serveis de vídeo a la demanda, programació emesa via Internet, com TV3alacarta, i altres utilitats dels webs dels prestadors) generen un increment significatiu en el consum de continguts audiovisuals a demanda, sovint en detriment dels serveis lineals (TDT, cable, satèl·lit). Tot i que l'accés a serveis televisius

en temps real encara concentra la major part del temps que la població dedica a la televisió, els experts asseguren que, cada vegada més, la televisió en diferit anirà guanyant terreny a la convencional.

D'acord amb això, l'informe *TV & Media*

Consumer Lab 2017 d'Ericsson determina que el consumidor tradicional de televisió lineal representa un 12% del total de consumidors, percentatge que ha anat decaient des del 2010 (21%) per causa de l'augment de serveis digitals. Per contra, creixen els percentatges d'usuaris que consumeixen a través del mòbil (d'un 5% del 2010, a un 22% actual) i de consumidors multidispositiu (d'un 15% a un 21%).

Una altra dada a tenir en compte és que la vintena edició de l'enquesta de l'usuari d'Internet que realitza AIMC conclou que les persones que veuen la televisió a través d'Internet diàriament és d'un 28,7%, mentre que un 54,7% ho fa almenys un cop al mes. L'informe en qüestió també indica que un 38% dels usuaris que es connecten a la Xarxa a través del televisor el fa servir “cada dia” o “gairebé tots els dies”, i que l'ús primordial és mirar continguts audiovisuals (un 80% en els últims 30 dies).

Totes aquestes dades confirmen l'impacte que té Internet en el consum televisiu. En relació amb això, Reed Hastings, director executiu de Netflix, va vaticinar que “la televisió per Internet substituirà la tradicional com el mòbil al telèfon fix”. A final d'any, la televisió de pagament va registrar el màxim històric assolint un 22,6% del total de quota de pantalla. Per posar-ho en context, Movistar+ compta al global de l'Estat espanyol amb 2.007.000 subscripcions, Netflix ha superat l'1.163.000 i HBO està al voltant de les 414.000. Per si això fos poc, s'acaba de sumar un nou operador al mercat de les plataformes de televisió en línia i a la carta: Sky TV.

AUDIÈNCIES FRAGMENTADES

Lluís Borrell considera que “el futur és més televisió, i més pantalles”. La innovació en la tecnologia digital ha facilitat que el mitjà televisiu s'hagi desbordat en una multiplicació de serveis diferenciats. Gràcies a això, el consum audiovisual es fragmenta i cada cop són més els usuaris que accedeixen selectivament a la televisió lineal i als serveis a demanda a través de diversos prestadors i comercialitzadors. Prova d'això és el que va ocórrer el dissabte 2 de desembre del 2017. Per primera vegada, cap de les principals televisions espanyoles va poder arribar al segon dígit a les respectives audiències (Telecinco va aconseguir un 9,9% de *share*; i Antena 3, un 9,8%).

La multiplicació de les possibilitats d'accés ha propiciat fenòmens incipients com el *cord-cutting* (usuaris que no paguen per una subscripció a la televisió, sinó que prefereixen una combinació d'Internet de banda ampla i IPTV) per la possibilitat d'accedir directament a serveis de vídeo a la demanda.

D'aquestes activitats, no hi ha encara estadístiques reals que expliquin la dispersió del consum audiovisual, però diferents estudis en molts països permeten augurar un creixement d'aquestes serveis i, en especial, dels serveis de vídeo a la demanda

UN NETFLIX PER AL PERIODISME?

Amb vista a superar la caiguda de la publicitat, *The New York Times* va fer una campanya per aconseguir que els lectors se subscriuissin a diferents productes (notícies, columnes d'opinió, mots encreuats, cuina...) que no va prosperar. Des d'aleshores, el diari estudia emular el model de subscripció de Netflix, HBO o Amazon Prime Video. És a dir, personalitzar les notícies per temes i preferències. Fa unes setmanes, el periodista britànic James Harding, exdirector de *The Times* i de BBC News, es preguntava: “Si paguem per Spotify o Netflix, per què no podem pagar per un diari?”. Harding apunta dues dades que fan pensar en una resposta positiva: als Estats Units, la gent ja està pagant per accedir a premsa de qualitat com *The New York Times* o *The Washington Post*, mentre que els joves estan pagant cada cop més per continguts digitals.

El periodista i assessor de comunicació, Pablo Herreros, va sacsejar la Xarxa amb una entrada al seu bloc que reivindicava “un Netflix dels mitjans” que permeti al lector, pagant una única subscripció, accedir a tot el contingut publicat pels mitjans de comunicació. “Sóc periodista i no estic disposat a pagar cinc subscripcions a diferents mitjans perquè no tinc els diners per a això i perquè no em compensa gastar quaranta euros al mes. Em sembla completament desproporcionat”, comentava Herreros, convençut que això serà una realitat ben aviat.

També, Judith Clares, de la UOC, considera que els mitjans de comunicació han de buscar la manera de diferenciar-se'n, imprimint una marca editorial. “És el moment d'aprofitar per a poder oferir informació amb més profunditat apostant per l'*slow journalism* (a través de nous formats que puguin consumir-se també a la carta, sota demanda) i compaginant-ho amb notícies al minut”, afirma. Els nous serveis de consum que ofereix Internet han canviat substancialment la manera d'entendre la televisió. Aquest canvi de paradigma representa una finestra d'oportunitat perquè els mitjans de comunicació apostin per les seves fortaleces (actualitat, immediatesa, anàlisi, opinió...) i explorin les noves possibilitats que ofereix la Xarxa. La tecnologia avança i reinventar-se és una obligació. Els que no ho facin, desapareixeran. Els consumidors no perdonen.

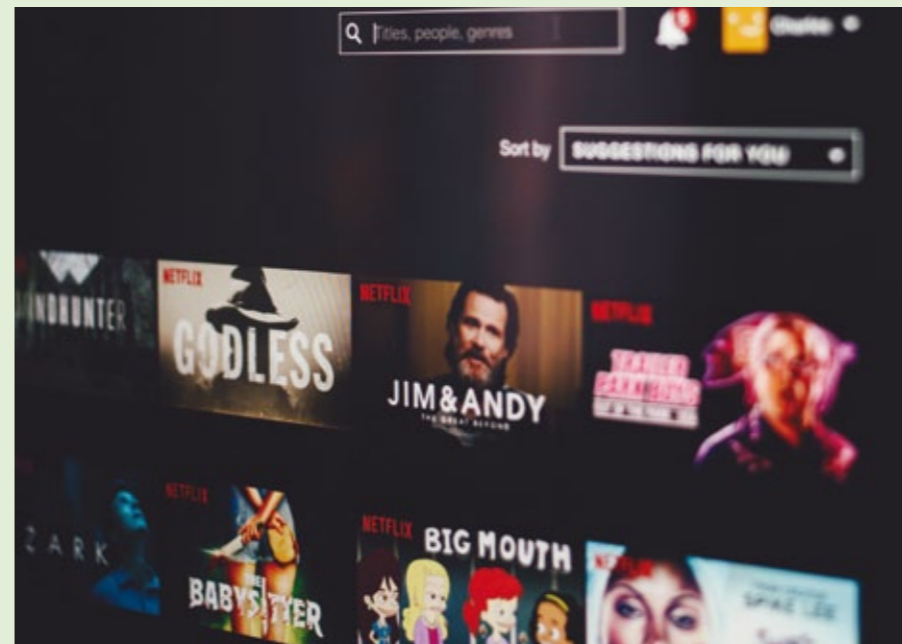
per subscripció, que podrien doblar els usuaris entre el 2014 i el 2020, tal com preveu la consultora Digital TV Research.

SEGONS UN ESTUDI DE BARLOVENTO COMUNICACIÓ, CONFORME SE SUCCEEIXEN LES GENERACIONS, ES REDUEIX EL CONSUM TELEVISIU

Un estudi d'IAB Spain quantifica en 16,4 milions els espanyols que miren vídeo en línia. No obstant això, només un 31% utilitza la televisió a la carta de les cadenes. En la mateixa línia, la desena edició de l'informe *Televidente 2.0* de la consultora

The Cocktail Analysis apunta que un 51% dels internautes paga per serveis d'IPTV (Internet Protocol Television) o OTT (Over the Top). Els perfils dels usuaris d'ambdós serveis estan ben diferenciats.

Els abonats a la IPTV (per exemple, Movistar+ o Orange TV) representen un perfil de consum fidelitzat a partir de continguts clau (futbol, sèries i pel·lícules). També, els clients d'OTT són joves (un 57% són menors de 35 anys), per a qui el baix preu del servei és bàsic.



L'àmplia oferta de plataformes com Netflix està potenciant la televisió a la carta.

Un 16% dels internautes manté el pagament independent de les dues opcions. D'aquests, un 60% té entre 25 i 45 anys. Tanmateix, tot sembla apuntar que la tendència serà la integració de continguts.

UN EPISODI DE MERLÍ O NIT I DIA COSTA UNS 185.000 EUROS, MENTRE QUE UN DE JOC DE TRONS ASCENDEIX A DEU MILIONS

En aquest sentit, Telefónica i Netflix estan tancant un acord per incorporar la producció pròpia de Netflix a Movistar+ perquè els abonats puguin accedir als continguts del gegant nord-americà sense necessitat d'utilitzar la seva aplicació.

A LA CAÇA DELS JOVES

L'evolució del consum de continguts televisius a través del televisor, però, no és homogènia dins la població. Els públics infantil i juvenil són els que més han reduït el temps que hi dediquen. El fenomen és perceptible també entre els adults, tot i que les franges de més edat es mantenen més fidels al consum televisiu lineal.

El futur de la televisió passa per fidelitzar els *milenials*, els joves nascuts entre el 1980 i el 1995. Segons l'estudi de Barlovento Comunicació *Los Millennials y la TV: qué programas ven y cómo consumen*, conforme se succeeixen les generacions es redueix el consum televisiu.

Si els joves d'entre 31-36 anys miren la televisió una mitjana de 179 minuts diaris, els de 21-25 anys la miren durant 124 minuts. A Catalunya, la caiguda del consum de televisió lineal és també generalitzada en totes les franges. Ara bé, en els darrers dos anys, s'observa com la franja de 25 a 44 anys, s'incorpora a les més joves entre les que experimenten un descens més pronunciat.

Una de les estratègies per fidelitzar aquest públic jove és la producció de sèries per competir amb les plataformes de vídeo sota demanda. Amb tot, la davallada d'ingressos de les televisions generalistes en obert comporta la renúncia a incloure continguts de gran cost en les graelles. Els números són aclaparadors. Segons recull

el *Llibre Blanc de l'Audivisual de Catalunya*, el cost d'un episodi de 50 minuts d'una sèrie per part de la CCMA (com *Merlí* o *Nit i Dia*) se situa al voltant de 185.000 €/episodi. Aquesta xifra és entre 2 i 3 vegades inferior a la de produccions d'Atresmedia o Mediaset (al voltant de 550.000 €/episodi), i molt per sota d'altres grans produccions: *Borgen* (550.000 euros/episodi), *Breaking Bad* (tres milions d'euros/episodi) o *Joc de Trons* (deu milions d'euros/episodi).

Així, doncs, la televisió del futur passa inexorablement per Internet i per l'adaptació als canvis que això comporta: nous hàbits de consum, fragmentació de les audiències, multiplicació de dispositius per mirar televisió, etc. No obstant això, la televisió tradicional conserva determinats continguts —actualitat, grans esdeveniments, esports...— que requereixen del directe i que la converteixen en un mitjà essencial. **Q**

Més informació a:
www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html
 → Estudi Cisco Visual Networking Index Global Forecast and Service Adoption 2016-2021
www.ericsson.com/en/trends-and-insights/consumerlab/consumer-insights/reports/tv-and-media-2017
 → Informe TV & Media Consumer Lab 2017 d'Ericsson



Dossier
La televisió del futur



ELS INFORMATIUS DEL FUTUR

Què passarà amb els telenotícies clàssics quan creixin les generacions de l'era YouTube

En una època de canvis tecnològics vertiginosos, els informatius segueixen impertorbables oferint una selecció de notícies en els horaris habituals. Ara bé, seguirà sent així en el futur? Els experts consultats preveuen pocs canvis en la graella però, en canvi, apunten moltes innovacions gràcies a les immenses possibilitats tecnològiques que estan arribant. Informatius amb un pes més fort del directe, amb equips més lleugers i amb un paper clau de YouTube. Aquests són només alguns dels pronòstics dels professionals consultats.



TEXT ALBERTO GÓMEZ

Nou de la nit. En el sofà de la llar, uns pares mirant el telenotícies. Mentre, a les seves habitacions, els més joves de la casa també miren una pantalla. En aquest cas una tauleta o un mòbil. Però no. No estan consumint informació. Les notícies que els seus pares veuen relaxats a escassos metres ells ja les han consumit, via xarxes socials, durant tot el dia.

Davant d'aquesta situació, més realista que hipotètica, la pregunta en clau generacional és què passarà quan els més joves deixin de ser-ho? Com es consumiran els espais informatius més tradicionals en un futur no massa llunyà?

Per al Sergi Altadill, productor i redactor dels informatius d'Antena 3 a Catalunya, es desenvoluparà "l'aspecte innovador i digital dels telenotícies". "Però no desapareixeran -afegeix. Veurem un altre estil, amb petits resums de què ha passat en formats diferents. Però es continuarà imposant el directe".

En aquest sentit, a la Carla Turró, directora d'*El balcó* a Ràdio Barcelona, se li fa difícil imaginar un dia sense telenotícies al vespre. "No miro mai la televisió, ni sèries ni programes. Tot ho veig a la carta. I em

pregunto si aquesta manera de consumir és aplicable a les notícies. Perquè la gent continua tenint interès per ser informada", afirma. "Sí -prosegueix-, els joves consumeixen Twitter, Facebook, Instagram o YouTube. Com a entreteniment, encara que també per estar informats. I la jerarquització dels informatius no la tro-

"VEUREM UN ALTRE ESTIL, AMB PETITS RESUMS EN FORMATS DIFERENTS, PERÒ ES CONTINUARÀ IMPOSANT EL DIRECTE" SERGI ALTADILL, ANTENA 3

barem de moment a les xarxes. Algú haurà de seleccionar i ordenar la informació. Per això, se'm fa molt difícil imaginar un món ple de xarxes socials sense informatius al matí o al vespre".

FASE DE CANVIS

Espais com *Salvados* o *30 minuts* són cada vegada més consumits... a la carta. A través del web. A posteriori de l'emissió. Tenen audiència real i audiència en línia. Els professionals consultats no creuen, en canvi, que els informatius es veuran a la carta. "Dels telenotícies més clàssics a la televisió, matinal (6h-9h), migdia (14h-

16h) i vespre (20h-22h), potser desapareix el primer" aventura Altadill. "És el més deficitari d'audiència. Cuatro o Antena 3 no en tenen. No és desbaratat pensar en el final. El de la matinada va desaparèixer ja fa uns quants anys. Ara bé, els espais del migdia i la nit continuaran a la graella. Són espais en què la gent demana informació en directe".

També, Jordi Ramos, productor d'*El món a Raci*, analitza aquests canvis en clau generacional. Per això, es

fixa en els més petits, "que veuen dibuixos quan volen, on volen i fins i tot els poden posar en pausa! Això afectarà també els informatius, tot i que la informació en directe no morirà perquè l'actualitat és l'ara. Ja hem vist canvis, sobretot de contingut, gràcies al canvi de generació. Ara vivim una altra fase de canvis, potser més gran, que no només afecta els continguts, sinó a la manera de fer i de mirar la informació".

Els espais informatius a la carta, segons Carles García-Baena, redactor i editor de diferents espais informatius a Cuatro, s'hauran de perfeccionar: "I no només a través dels webs, sinó també a través dels



Els informatius –a la imatge, el de BTV– s'adaptaran als avenços tecnològics. Foto: Dani Codina / Arxiu.

televisors. Agafarem el comandament i decidirem mirar un informatiu sencer o només una peça. Serà un camí que recorrem gràcies a uns mitjans que s'adapten als temps que toquen”.

Si hi ha un format innovador i controvertit és l'aposta d'Antonio García Ferreras i Javier Ruiz (*Al rojo vivo* i *Las mañanas de Cuatro*, respectivament). “La gent s'acostuma a tot. L'agilitat i la rapidesa s'imposen. Si la gent volgués més programes reflexius n'hi hauria a la graella. Fa falta demanda i que el producte sigui de qualitat”, explica la directora d'*El balcó*.

POSSIBILITATS TÈCNiques

Els interrogants que ens presenta el futur són innumbrables. Una autèntica selva on ja no es prioritza què i quan es consumeix sinó a on i com, res a veure

amb la idea d'un conductor en un plató amb periodistes “escampats” pel món disposats a connectar en directe. Però tenint en compte tot això, com saber quin llenguatge fer servir? Com respondre a

SÓN MOLTS ELS PROFESSIONALS QUE, TOT I ELS CANVIS, CREUEN QUE INFORMATIUS, SOBRETOT DE MIGDIA I NIT, CONTINUARAN A LA GRAELLA

un públic cada vegada més interactiu, que de vegades és consumidor dels continguts generats per ell mateix? Afectarà les formes de treballar dels periodistes? En definitiva, cap a on caminem i com esquivar els obstacles?

Aquests reptes per als espais informatius no passen desapercebuts als professionals i molt menys al professorat dels futurs

periodistes. D'aquí la creació de l'Observatori per la Innovació dels Informatius en la Societat Digital (Oi2), on participen RTVE, la UAB i la CEU. “Mai hem tingut tantes possibilitats tecnològiques, tot i així,

no hem de perdre de vista què expliquem. I que la gent vol informació en directe. Ens haurem de reinventar, sí, però el valor del periodista

podria no tan sols no minvar, sinó fins i tot es revalorarà”, pronostica Miguel Ángel Martín-Pascual, un dels fundadors de l'Observatori.

Dins del suposat canvi de format, Martín-Pascual creu que cada vegada hi haurà més influència dels creadors de continguts, no especialment empreses periodístiques: “Tenim al davant un camí de supervi-

vència. Un oceà digital. Veurem com evolucionen els grans creuers (la BBC, per exemple), altres creuers més lleugers (Globomedia), vaixells, piscifactories (Netflix), llanxes i planejadors (Facebook). Aquestes últimes potser marcaran el futur, on el directe no parerà de personalitzar i de donar èmfasi a la informació”.

CANVI DE DEMANDA

Els espectadors, igual que la resta d'actors, també han canviat. Mantenim la passió per mantenir-se informat. O algú s'imaginava les audiències dels espais informatius de la franja matinal (*Al rojo vivo* per davant de la resta) o que el futbol desaparegués del *prime time* de les nits del dissabte per cedir davant un espai d'informació política? Per tant, cada cop aportaran més informació, vídeos, suggeriments, “tot i que no tindran una influència més gran que l'actual. Des dels informatius no contestarem a tot i a tots. Tanta interacció comporta riscos i crítiques” explica Altadill.

Més crítica potser s'expressa Carla Turró, que insisteix en la línia que s'han de separar els periodistes dels espectadors o oients. “Els escoltarem més gràcies a Twitter? No sé si arribarem a modificar les nostres postures. Estar pendent de les xarxes no crec que sigui estar pendent de l'audiència. I no hem de consentir que ens condicionin”, afirma, mentre que Ramos recorda que “abans era impensable interpellar tant els professionals”. “Ara –afegeix– qualsevol editor veu opinions en directe sobre la informació que està

ES PREVEU UNA IMATGE I UN SO MÉS DINÀMICS, EQUIPS MÉS REDUÏTS I CONNEXIONS MOLT BONES GRÀCIES A UN TELÈFON I UN BON SOFTWARE

donant. I el condiciona. No el determina. Però tindrà al cap aquestes opinions reflectides a través de les xarxes. El més important és tenir clar que només són una part de la població. Aillar-se completament –afegeix– no és possible”.

TECNOLOGIA I INFORMACIÓ

Canviarà el format dels informatius. Canviarà l'espectador. També canviarà la manera com, al carrer, es cobriran les notícies? Altadill assegura que “tots anirem amb motxilles LiveU (que permet enviar vídeo i àudio des de qualsevol lloc amb cobertura mòbil), sobretot si es millora la cobertura d'aquestes eines que cada vegada ocupen i pesen menys”.

Martín-Pascual va més enllà: “Ja no es necessitarà ni motxilla. Els rodatges, amb dos o tres persones, trípode gran i unitat mòbil, sí que desapareixeran. La imatge i el so

"LA LLUITA PER LA IMMEDIATESA FARÀ QUE INCORPOREM TÈCNiques INIMAGINABLES"

CARLES GARCÍA-BAENA, CUATRO

seran més dinàmics, més frescos. I sortiran d'equips més reduïts i lleugers”. En aquest sentit, en Jordi Ramos ho té clar: “Amb un telèfon i un bon software, la qualitat acabarà sent perfecta. Es faran connexions tècnicament meravelloses”. García Baena també veu el món informatiu del futur amb noves eines. “FTP, motxilles... la lluita per la immediatesa farà que incorporem tècniques inimaginables”, afirma.

Descartats els rodatges més clàssics, arribarà el moment definitiu perquè la majoria d'imatges emeses vinguin de YouTube? “No queda alternativa” sentència Carles García-Baena. “Tothom té una càmera a les mans. I al cap de cinc minuts d'una tra- gèdia ja tens imatges gravades al lloc dels fets”, reconeix.

Altadill admet que, cada vegada amb més freqüència, quan el

periodista no arriba suficientment aviat, s'imposen els videoaficionats o YouTube. “Per exemple –pronostica– en un incendi de matinada o en unes inundacions sobtades. També els mateixos periodistes gravarem cada vegada més amb telèfons

intel·ligents, sobretot quan no sigui possible fer-ho amb càmeres. Amb tot, no oblidem que com i què gravar no ho sap fer tothom”.

La Carla Turró s'expressa en termes similars: “YouTube és el que miren els joves. Però també acabes cansat de passar hores desconfirmant informacions. De fet, YouTube només et permet confirmar la data de pujada del vídeo, no la data de gravació de les imatges. No podem oblidar l'ABC del periodisme. Sí, haurem de parlar el llenguatge dels futurs consumidors de televisió i ràdio, però no oblidem confirmar-ho tot. No val donar una informació més lleugera pel fet que va adreçada a un públic diferent. No hem de baixar la guàrdia”.

La bidireccionalitat, per a García-Baena s'ha multiplicat moltíssim. “Ara pots contactar amb els professionals de mil maneres. Sí, necessitem imatges de l'espectador, si bé no tant l'opinió sobre com hem d'elaborar el nostre informatiu”, afirma.

I, per oferir qualitat, sigui al menjador o l'habitació, hem de guanyar la batalla de la credibilitat. Tots els professionals consultats coincideixen en el fet que, per sobre de tot, haurà de quedar la informació. I, si ens marca el futur, guanyarem tots. La gent canviarà les rutines, però sense donar l'esquena a la informació. Al bon periodisme. Sigui el que sigui. Ç

Més informació a:
<http://oi2media.es> → Observatori per a la Innovació dels Informatius en la Societat Digital



Dossier
La televisió del futur



NO QUEDAR ENRERE

La innovació als mitjans públics
per fer front als reptes de l'era digital

En un context en què l'esfera mediàtica està dominada per gegants globals plenament integrats a l'era digital, les ràdios i televisions públiques no es poden limitar a oferir una emissió lineal, amb la màxima qualitat en els continguts. Avui dia, el repte és la innovació constant, aconseguir recursos per a destinar al desenvolupament tecnològic i de noves narratives, així com ser trobables a les plataformes digitals i a Internet.



TEXT AIDA MARTORI MUNTSANT

El contingut de servei públic ja no només ha d'estar disponible a les cases dels ciutadans, sinó a qualsevol lloc i en qualsevol moment. Actualment, creix el consum digital i l'audiència s'ha fragmentat atesa la multiplicació de l'oferta. De fet, un mateix mitjà de comunicació té diversos canals per arribar al públic mitjançant diferents dispositius.

Això suposa un repte per als prestadors, que han de seguir oferint un contingut de qualitat (d'acord amb els valors tradicionals d'informar, entretenir i educar) i, alhora, també, difondre contingut en diferents plataformes, o inclús produir-ne d'específic o d'adaptat (en el cas del transmèdia).

També cal invertir en innovació, tant orientada a desenvolupaments tecnològics per a fer el contingut accessible i trobable, com a la introducció de nous formats i narratives, sovint amb dificultats per a destinar-hi recursos tenint en compte l'estancament o la reducció dels pressupostos dels mitjans públics que pateixen en molts països.

LA MAJORIA DE MITJANS PÚBLICS EUROPEUS TENEN REDACCIONS INTEGRADES, TOT I QUE LA CCMA ENCARA HO TÉ PENDENT

Interacció, algoritmes, trobabilitat, MediaLab, interacció, segones pantalles, OTT, multimèdia, transmèdia... Els mitjans públics han hagut d'incorporar aquests conceptes a les seves estratègies, en l'adaptació als nous desenvolupaments tecnològics i del mercat. La TDT i les altres

fórmules d'emissió lineal continuen sent la principal via de distribució dels continguts a Europa, però hi ha plataformes que estan guanyant importància ràpidament i la presència en línia esdevé crucial.

Com s'adapten els mitjans de servei públic a la diversificació de les plataformes i als nous hàbits de consum? Repassem algunes de les tendències que han seguit els prestadors europeus.

INTEGRACIÓ DE REDACCIONS

Treballar amb redaccions convergents és el primer pas per a l'adaptació dels mitjans de comunicació públics a l'era digital. La BBC, per exemple, fa més d'una dècada que va anunciar la reorganització de BBC News en una redacció multimèdia.

Fins a l'any 2007, les decisions editorials s'havien pres per separat en tres departaments: Radio News, News Interactive i TV News. La redacció integrada va passar a incloure BBC News, butlletins de ràdio, BBC World Service News, BBC News 24, BBC World, BBC Breakfast i els butlletins de la BBC One.

A més, el departament de Programes també esdevenia multimèdia per tal de ser més eficient. Aquests canvis estructurals han anat d'acord amb l'estratègia de desenvolupar continguts per a noves plataformes i augmentar la personalització dels continguts en línia, lligats als desenvolupaments tecnològics que la corporació ha anat introduint.

L'objectiu d'integrar les redaccions és, per una part, augmentar l'eficiència a l'hora de produir el contingut i, d'altra banda, difondre'l a través de diferents mitjans i plataformes, fent ús de les noves tecnologies. De fet, la majoria de prestadors públics europeus treballen a dia d'avui amb redaccions integrades. A casa nostra, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ho té pendent però hi està treballant, si bé betevé i altres mitjans locals ja funcionen d'aquesta manera.

COOPERAR AMB SOCIS PRIVATS

Reconeixent la necessitat d'innovació en els mitjans públics, en molts països europeus s'han trobat fórmules de cooperació entre corporacions públiques i privades. Això els permet agrupar els coneixements i recursos per oferir serveis combinats, que els fa possible ser competitiu en un àmbit dominat pels grans *players* internacionals. D'aquesta manera també s'acompleix una de les funcions associada al servei públic, com és promoure la

PER AFRONTAR LA INNOVACIÓ, MOLTS PAÏSOS EUROPEUS HAN TROBAT FÓRMULES DE COOPERACIÓ ENTRE CORPORACIONS PÚBLIQUES I PRIVADES

indústria audiovisual i tecnològica. Com a exemple, es pot mencionar el cas del la BBC, al Regne Unit, en què Global Radio, Guardian Media Group, Absolute Radio i Radio Centre van crear Radioplayer per

fer disponible el contingut de ràdio en un mateix reproductor d'Internet, que ara inclou més de 400 canals.

També es pot destacar el cas del prestador públic flamenc VRT, que va unir forces amb els prestadors comercials Mediaaan i De Vijver Mitjana per crear Stieve, un servei Over The Top (OTT), que permet als espectadors mirar el contingut dels diferents canals a través d'Internet. En el cas de Finlàndia, s'ha creat Mediapolis, un centre de producció de contingut i indústries digitals que incorpora més de trenta empreses i organitzacions. S'hi inclou la Finnish Broadcasting Company (Yle), que és la corporació de radiodifusió pública, així com dues institucions educatives que proporcionen programes.

La necessitat de col·laborar amb especialistes (alguns dels quals poden ser d'empreses externes) és més necessària que mai, ja que les organitzacions han de treballar en àrees en les quals no estaven acostumades a fer-ho, com ara desenvolupaments informàtics, anàlisis de dades, Internet de les coses o intel·ligència artificial. D'aquesta manera, els mitjans públics

poden millorar la capacitat d'adaptació a les condicions externes del mercat i a les noves tecnologies.

A Catalunya, a banda d'explorar vies de col·laboració amb socis privats, cal estrènyer la relació entre tots els mitjans públics, la CCMA, els prestadors locals i la Xarxa Audiovisual Local per optimitzar els recursos en innovació. Cadascun dels ens en si mateixos tenen poca capacitat per fer recerca si volen mantenir-ne les estructures de producció i, d'aquesta manera, esdevé clau compartir experiències i transferir coneixement.

INTERACCIÓ AMB L'AUDIÈNCIA

Les aplicacions mòbils s'havien concebut com a espais segones pantalles (*second screen*) amb una elevada interactivitat de l'usuari, ara bé, han evolucionat més aviat cap a una extensió de les pàgines web en què el públic pot recuperar els vídeos. La interacció, en canvi, s'ha traslladat a les xarxes socials.

Segons un estudi de l'European Broadcasting Union (EBU), un 96% de prestadors de servei públic europeus tenen pàgines actives a Facebook, un 93% tenen comptes de Twitter i un 85% ofereixen contingut a través de YouTube. Twitter s'ha postulat com el nucli en la televisió social i s'han desenvolupat productes que ofereixen als prestadors dades sobre la conversa en aquesta xarxa social, com ara el nombre d'usuaris, l'etiqueta o *hashtag* utilitzat, la geolocalització o qui són els líders d'opinió.



Les televisions públiques –a la imatge, la BBC– es troben en ple debat al voltant de la innovació, condicionades, però, pels ajustos pressupostaris. Foto: BBC

VISIBLES EN LA IMMENSITAT

Marca reconeguda, creïble i trobable. Aquesta és la recepta per tal que els portals de servei públic no es perdin en la immensitat d'Internet. En l'era *post-broadcasting*, cal que el públic atorgui credibilitat a la marca i que se'n faci una promoció que fins ara no era tan necessària, perquè

NOMÉS UN 12% DELS PRESTADORS DE SERVEI PÚBLICS ESTÀ EN UNA ETAPA AVANÇADA PEL QUE FA A LES ESTRATÈGIES EN BASE A LES DADES

el nombre de canals era més reduït per les limitacions de l'espai radioelèctric. L'audiència social ha fet que les corporacions audiovisuals s'hi hagin hagut d'adaptar, introduint-hi interactivitat i transformant els webs en plataformes participatives.

El *big data* permet aprofitar el potencial dels mitjans tal com manifesten els mateixos prestadors de servei públic europeus que, en un 66%, consideren que les dades

tenen un paper important dins les respectives organitzacions. Tot i això, només un 12% està en una etapa avançada pel que fa a la implementació d'estratègies en base a les dades, segons l'EBU.

A Portugal, el prestador públic RTP va adoptar, el 2017, una eina per lliurar de manera automatitzada recomanacions de vídeo i àudio al públic. Hi ha diverses iniciatives en què les dades són gestionades per algoritmes i, mitjançant sistemes d'intel·ligència artificial, el contingut arriba a l'audiència.

A Catalunya, tv3 ha desenvolupat un projecte pilot de *big data* per analitzar les dades d'audiència en televisió convencional i en l'entorn digital, amb l'objectiu de poder identificar els perfils d'usuaris i estudiar comportaments comuns. El prestador ha estrenat un nou servei de recomanacions personalitzades de sèries

i programes d'acord amb els gustos dels usuaris. Les recomanacions funcionen amb un algoritme i es basen en patrons de consum col·laboratiu segons els continguts consumits prèviament a les plataformes digitals de TV3, així com els que hagin consumit altres espectadors amb gustos similars. Es preveu que aquest sistema també estigui disponible en els dispositius mòbils i les televisions connectades (HbbTV i Smart TV).

LABORATORIS AUDIOVISUALS

Els mitjans públics solen crear laboratoris de recerca audiovisuals, coneguts també com a *MediaLabs*, per a desenvolupar les activitats d'innovació. Són una fórmula per donar resposta al canvi de paradigma tecnològic en la indústria de la comunicació, tant per als mitjans privats com per als públics.

Alguns exemples, nascuts majoritàriament a partir de 2012, són el RAI Lab, a Itàlia; el SRF Data, del mitjà públic suís, i l'NRK Beta,



Redacció de Televisió de Catalunya. La cadena pública catalana està en ple debat sobre el seu model de finançament. Foto: Vicente Pruna / Arxiu.

de Noruega. També cal esmentar el Franctv LAB, que té una forta visió prospectiva i guia el sector.

A nivell espanyol, el LAB RTVE.es té la missió d'oferir innovació en continguts, documentals interactius, realitat virtual o jocs, entre altres. En el cas català, a la Cor-

una part, a impulsar solucions en línia i tecnologies per a la televisió i, d'altra banda, a comercialitzar aplicacions i desenvolupaments del software propi; i CCRTV Interactiva, a càrrec de l'estratègia en línia de TV3 i Catalunya Ràdio.

L'eliminació d'aquestes empreses i la integració de la innovació a la mateixa CCMA respon a una lògica de simplificació d'estructures i d'estalvi. En la dinàmica actual de

CAL DESTACAR ALGUNS MEDIALABS COM EL DE LA RAI, EL DE LA SRF SUÏSSA, EL DEL NORUEC NRK I EL DE FRANCE TV

poració Catalana de Mitjans Audiovisuals la innovació va a càrrec del departament de Mitjans Digitals, tot i que en el passat s'havien creat empreses específiques per a potenciar aquesta branca, com Activa Multimèdia Digital, que es dedicava, per

reducció del pressupost i, per tant, de contenció econòmica, els recursos per a la recerca i l'experimentació estan limitats i, en aquest sentit, es procuren aplicar desenvolupaments que funcionen en altres llocs.

També cal citar el projecte pilot BTV MediaLab, impulsat pel prestador públic barceloní, que funcionava com un accelerador d'empreses en què *start-ups* podien desenvolupar els seus projectes sobre *big data*, periodisme de dades, realitat virtual... de manera que el canal pogués aprofitar-ne els resultats.

Aquesta iniciativa no ha tingut continuïtat ja que, si bé algunes solucions eren interessants per al sector audiovisual, la direcció de betevé es va adonar que els projectes no estaven integrats al canal i eren massa cars. Actualment, la innovació està més orientada a formats, narratives i llenguatges, a causa dels recursos econòmics que la tecnologia requereix. En aquest context, es fa més necessària que mai la col·laboració entre els diversos mitjans de comunicació públics.

Tot i l'existència de laboratoris impulsats per diversos prestadors europeus, alguns compten amb estructures mínimes de personal, sobretot integrades per perfils tècnics (enginyers, informàtics i desenvolupadors d'aplicacions), encara que també periodístics.

EL REpte DELS RECURSOS

La programació de qualitat requereix destinar-hi recursos i, en un moment en què la credibilitat està en joc, els mitjans han apostat per seguir potenciant els continguts i no fer reduccions dràstiques de les plantilles. És cert que alguns prestadors tenen estructures rígides que poden dificultar la introducció de nous rols o de dinamisme. Però no es pot perdre de vista que la innovació, si bé és de vital importància per tal que els mitjans públics siguin actors de referència a l'era digital, no pot passar per davant de la qualitat en els continguts.

En aquest sentit, els importants problemes pressupostaris que viu en l'actualitat TV3 han provocat, de nou, un debat sobre com afrontar la delicada situació econòmica en què es troba. El fet que des de la direcció de la cadena s'hagi reconegut que alguns

programes amb més audiència estiguin en perill ha generat, de nou, força articles i tertúlies sobre el model de televisió pública i el seu finançament. Però no és l'únic lloc on darrerament ha tingut lloc aquest debat.

A CATALUNYA, IGUAL QUE A DINAMARCA I A SUÏSSA, RECENTMENT, S'HA POSAT EN DUBTE LA CONTINUÏTAT DEL MODEL DE FINANÇAMENT

Tant a Dinamarca com a Suïssa, recentment, s'ha posat en dubte la continuïtat del model de finançament dels mitjans públics, que en el cas d'aquests països es feia per cànon, una taxa específica. A Dinamarca, el govern ha anunciat que redueix el pressupost i n'elimina el cànon, mentre que a Suïssa s'ha mantingut el cànon després de fer un referèndum en què s'ha preguntat el parer de la ciutadania.

Això sí, el mètode per a cobrar el cànon s'ha adaptat a l'era digital: el pagarà tothom (amb un preu més rebaixat) independentment de si les famílies tenen televisor o no, atès que els mitjans de servei públic es poden consumir mitjançant diversos dispositius. La celebració d'aquest

referèndum ha posat a l'esfera pública un intens debat sobre la sostenibilitat dels mitjans públics, que s'ha saldat amb un pla per a reduir les despeses i reestructurar el canal que implicarà acomiadaments. L'estratègia del prestador en els propers anys passarà, entre altres coses, per adaptar l'oferta digital.

En un moment en què la innovació és una peça clau per

als mitjans públics, cal trobar un equilibri entre poder seguir produint contingut de qualitat i adaptar l'oferta a la digitalització, que requereix la introducció de nous rols que puguin desenvolupar funcions que tradicionalment ni tan sols es concebien, amb perfils relacionats amb el desenvolupament tecnològic i de narratives.

Tenint en compte les dificultats econòmiques, cal apostar per la transferència tecnològica i per agrupar esforços, a nivell domèstic, però també europeu, per tal de minimitzar els recursos a invertir i aconseguir que els prestadors estiguin al màxim d'integrats a l'era digital i no es dilueixin en els mercats mediàtics globals i fortament privatitzats. **Ç**

Més informació a:

www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Remit_EN.pdf → Estudi de l'European Broadcasting Union sobre aspectes legals en l'entorn digital

www.upf.edu/web/opa/entrevistes/-/asset_publisher/ArSR-3loqn4qo/content/id/8625076/maximized#.WryilcjtZE4 → Web de l'OPA (Observatori de la Producció Audiovisual)

Entrevista a Ferran Clavell, cap del Departament d'Innovació i Digital Analytics de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/jul/06.html → Article de Ramon Salaverría "Los Labs como fórmula de innovación en los medios"

TOTS ELS TONS DEL GRIS

TEXT JAUME FABRE

Els periodistes que, finalitzada la Guerra Civil, van seguir a la professió es van adaptar al nou context creat per la dictadura

El llibre *Periodistes, malgrat tot. La dificultat d'informar sota el franquisme. Resistents, possibilistes i col·laboracionistes* (Ajuntament de Barcelona, 2017), escrit pel periodista i historiador Jaume Fabre, és un documentat estudi que s'endinsa en el periodisme barceloní que va de la fi de la Guerra Civil, el 1939, a la Llei de Premsa, el 1966. Un quart de segle en què conviuen supervivents, delators, repressors, perdedors, resistents, exiliats i fins i tot dos morts. En aquestes pàgines, reproduïm un extracte, concretament el dedicat als periodistes que es van reincorporar a una professió controlada amb mà de ferro pel Règim.

Rebre el vistiplau de les forces d'ocupació, el febrer, març i abril de 1939, o fer tota la paperassa establerta a partir del maig per al procés de depuració regulat era obligatori per poder tornar a exercir.

Va haver-hi, però, algunes menes de casos que escapen al plantejament de blanc o negre.

El primer és el dels que, havent tingut algun càrrec o havent militat en un partit que no fos d'esquerres, van presentar els papers i van superar el procés de depuració, fos perquè s'havien passat al costat franquista o havien col·laborat amb les forces d'ocupació —delatant companys, per exemple— i s'havien fet perdonar els seus errors passats, o fos perquè, havent-se quedat, van tenir amics poderosos que els van avalar. Aquest va ser el cas de periodistes afiliats a Acció Catalana i, per descomptat, de tots els que havien estat vinculats al partit carlista, al lerrouxista, a la Falange, a la Lliga o a algun altre grupuscle que hagués donat suport al cop d'estat. Pel que fa a l'afiliació sindical, era qüestió de manifestar que s'hi havia estat obligat.

El segon cas és el dels periodistes que havien estat vinculats a grups catòlics. Això els va permetre que es passés per alt la pertinença a altres grups polítics o una clara militància catalanista. L'Església va ser un paraigua protector sobretot per als vinculats a la Federació de Joves Cristians de Catalunya i a moviments d'Acció Catòlica. Alguns havien temut ser perseguits durant la guerra i havien fugit

LA MAJORIA NOMÉS VOLIEN CONSERVAR LA FEINA, EVITAR REPRESÀLIES I FER UNA VIDA AL MÉS NORMAL POSSIBLE EN UN CONTEXT ANORMAL

al costat franquista, però d'altres havien pogut seguir treballant en premsa catalana durant la guerra.

Finalment, el cas més especial és el dels qui no van fer res. Es van mantenir passius els primers mesos, no van presentar cap sol·licitud de depuració ni d'ingrés al ROP i no van pretendre, és clar, ingressar o retornar amb contracte en una redacció de diari. Si no tenien un passat massa

significat políticament, podien tornar discretament i progressiva a la professió com a col·laboradors gràcies a l'ajut d'amics periodistes ben situats. Normalment signaven amb pseudònim, però això no era pas una manera d'amagar qui eren, perquè les autoritats governatives ja es preocupaven d'assabentar-se tot seguit de la veritable personalitat del signant, sinó una manera de no posar en evidència el que passava en realitat: que un periodista que no s'ajustava a les exigències del Règim podia escriure en diaris i revistes.

L'ACOMODAMENT

Al costat de periodistes passats amb armes i bagatges al nou Règim, als anys quaranta i cinquanta van haver de treballar en els diaris periodistes que, sense estar entusiasmats amb la nova situació, volien simplement guanyar-se la vida amb l'exercici de la professió que havien triat. Periodistes que, sense manifestar grans entusiasmes, van fer un esforç d'adaptació,



LA PROFESSIONI EN UNS ANYS DIFÍCILS

Periodistes, malgrat tot. La dificultat d'informar sota el franquisme. Resistents, possibilistes i col·laboracionistes (Ajuntament de Barcelona, 2017) és fruit d'un estudi exhaustiu. Amb una acurada edició, analitza al llarg de 412 pàgines el periodisme barceloní entre 1939 i 1966. I és que mentre força professionals van haver d'exiliar-se, altres seguien en la professió, ja fos resistint a aquells temps difícils o bé adaptant-s'hi. L'autor, el periodista i historiador Jaume Fabre, ha publicat més de mig centenar de llibres. D'altra banda, la documentació ha anat a càrrec del també periodista Néstor Bogajo, mentre que el pròleg és de l'historiador Borja de Riquer Permanyer.

com l'havien fet molt probablement el 1936. Aquests eren probablement la majoria, els que, sense haver-se implicat amb el poder republicà i sense intenció de fer-ho

SÓN MOLTS ELS QUE, POSTERIORMENT, VAN SABER RENTAR EL SEU PASSAT I OCULTAR QUE S'HAVIEN BARREJAT AMB ELS GUANYADORS

amb el franquista, l'única cosa que volien era sobreviure: conservar el treball, evitar represàlies, tractar de fer una vida al més normal possible en un context tremendament anormal.

Són molts els que, posteriorment, van saber rentar el seu passat i ocultar qualsevol prova que pogués demostrar que els primers mesos, portats per l'entusiasme general o per les conveniències davant les

dificultats del moment, s'havien barrejat amb els guanyadors, encara que ben aviat se'n desenganyessin i se n'anessin allunyant. Un demòcrata de pedra picada, antifranquista i nacionalista com Manuel Ibáñez Escofet, per exemple, havia estat afiliat a la Falange amb vint-i-un anys el 1939 i va poder

fer desaparèixer el seu expedient, segons el testimoni d'un periodista en les seves memòries:

“[Ibáñez] incluso estaba dispuesto a perdonarle algo que Sierra le reprochaba audazmente algunas noches que había bebido de más. A aquellas alturas de los años sesenta y del futuro democrático y catalanista por el que luchábamos, Ibáñez había querido borrar de la historia las huellas de

su paso por Falange y pidió a Sierra que rescatara de los archivos su expediente [...]. Lo imaginé retirando de la delegación de Falange de la calle Mallorca, donde tenía aún mano, el expediente de Ibáñez para no dejar testimonios comprometedores de su amigo, para borrar las huellas que pudieran enturbiar su futuro político” (Vicenç Gràcia Plana: *Bajo el resplandor de las estrellas*. Espasa Calpe, Madrid, 2001).

El Sierra a qui es fa referència al text és Josep Maria Sierra Vallès, advocat i periodista falangista, responsable de la crònica municipal a *El Correo Catalán* i amic íntim de Manuel Ibáñez Escofet.

Ibáñez, que provenia del fejecisme, no fa cap esment del seu pas per la Falange en les seves memòries (*La memòria és un gran cementiri*). Diu només que va arribar a Barcelona amb un permís de sis mesos,

l'estiu de 1939, provinent de la secretaria particular de l'Auditoria de Guerra de Burgos, on havia estat destinat després que pogués sortir del camp de presoners d'Aranda de Duero gràcies a uns avals. I escriu: “Uns amics meus s'havien

apuntat com a civils voluntaris per tal de cobrir-se en cas de ser cridats al servei, al Govern Militar [de Barcelona] i jo vaig fer el mateix. Em posaren en una oficina, manada pel coronel Manuel de la Prada...”.



A pàgines anteriors, Ignasi Agustí, director de *Destino* i *Tele/eXpres* (Fons Ignasi Agustí / BNC). Sobre aquestes línies, Gerardo Esteban, locutor de Radio Barcelona, amb uniforme falangista. (Merletti, IEFEC)

Com s'ha d'interpretar, això de “civils voluntaris”? El fet és que, com explica més endavant, ja no va tornar a Burgos i va deixar el Govern Militar de Barcelona al cap de poc, acollit a l'exempció del servei per a fills de vídues sense recursos, i va trobar feina a Can Rivièr. Com ell mateix escriu, “era un home lliure i afortunat, perquè molts amics meus d'aquells temps, entre els dos exèrcits, es passaren quatre i cinc anys a files”.

Hagués existit o no la vinculació d'Ibáñez amb la Falange, sense convicció i durant un període curt de temps, altres personalitats del món de la cultura que després es van significar en la lluita antifranquista no han tingut cap inconvenient a acceptar-ho com un pecat de joventut. Ho recorda el llibre de memòries de Francesc Farreras Valentí (*Gosar no mentir*):

“No sabia dir quan fou que ens vam trobar, per primera vegada, amb en Josep Maria Castellet. Devia ser de molt joves, en la redacció d'alguna d'aquelles publicacions esporàdiques del SEU, *Alerta* o *Estilo*, probablement de la mà de l'amic comú Manolo Sacristán”.

El mateix autor esmenta, en un altre capítol de les seves memòries, altres noms vinculats al falangisme dels primers anys de postguerra que més endavant es van significar com a destacats intel·lectuals catalans (i, en alguns casos, catalanistes). Entre ells esmenta alguns periodistes: Néstor Luján, Jesús Ruiz, Manuel Vela Jiménez o Luys Santa Marina. (...)

EL TANCAMENT INTERIOR

La por davant d'un sistema repressiu d'una duresa extrema feia deixar de costat qualsevol vel·leïtat de crítica, perquè fins i tot la tebiesa podia ser castigada.

Com és que les dones i els homes que havien viscut el sistema de llibertats republicana van poder-se adaptar a un canvi tan bruscat, tan radical, com el que va suposar l'ocupació de Barcelona per les tropes



La redacció d'El Correo Catalán el juny de 1941. A baix, d'esquerra a dreta, Esteban Doltra, José Bernabé Oliva, Diego Ramírez Pastor, un capellà no identificat i Joan Borràs de Palau. Al costat de la reixa, Ricard Suñé. Darrere del capellà, Josep Maria Junyent i, darrere del director, Josep Tarín-Iglesias. Al fons a la dreta, amb ulleres, un jove Andreu Roselló. (Saura, 1998).

franquistes? I, en concret, els periodistes, que, sense simpatitzar amb el franquisme

pregunta es pot trobar, situada en un context polític semblant si bé en un altre país,

en les explicacions que va donar extensament en textos autobiogràfics el periodista i escriptor alemany Alfred Andersch (Munic,

1914 - Berzona, Suïssa, 1980), una de les figures clau del ressorgiment literari alemany després de la Segona Guerra

Mundial, tant per l'obra pròpia com pel paper d'animador cultural que va tenir en programes de ràdio, diaris i revistes literàries. Va tenir un paper destacat en la formació del Grup 47, del qual formarien part, entre altres, Heinrich Böll, Günter Grass, Hans Magnus Enzensberger, Ingeborg Bachmann, Martin Walser, Siegfried Lenz i Erich Kästner. Militant comunista en la seva joventut, fou detingut el 1933, en arribar Hitler al poder, i internat en el camp de presoners de Dachau, d'on va

LA POR DAVANT FEIA DEIXAR DE COSTAT QUALSEVOL VEL·LEITAT DE CRÍTICA. FINS I TOT LA TEBIESA PODIA SER CASTIGADA

havien decidit no exiliar-se, com van sobreposar-se a la nova realitat? Una de les respostes possibles a aquesta

poder sortir al cap de sis mesos gràcies a les gestions de la seva mare, que va fer valer el paper del pare en la Primera Guerra Mundial i la posterior pertinença d'aquest en grups paramilitars d'ultradreta propers al nazisme. Una nova detenció sense conseqüències el va decidir a renunciar a la militància comunista i a recloure's, com tants d'altres, en un individualisme

AQUELLS QUE DONAREN SUPORT ALS COLPISTES O HAVIEN COL·LABORAT AMB ELLS DURANT LA GUERRA VAN PASSAR SENSE PROBLEMES LA DEPURACIÓ

autoexcliusiu del sistema, sense col·laborar obertament amb aquest, però tampoc sense fer-hi actuacions d'oposició. Va trobar refugi en l'enriquiment cultural, especialment la lectura i l'art, i en el treball creatiu. (...)

Aquesta va ser també la forma d'escapisme adoptada per alguns dels més valuosos periodistes que es van quedar en la Barcelona de 1939. Fer de cara enfora la feina que toqués fer, evitant en la mesura del possible embrutir-se massa, i després, en la vida privada, trobar plaer en la lectura, en la contemplació de l'art, en les passejades o en l'escriptura de textos que de moment no es podrien pas publicar.

Ricard Suñé, un dels millors periodistes de la postguerra, carlí que havia entrat dels primers a *La Vanguardia* el 26 de gener de 1939, pistola a la cintura, i que va fer possible la publicació del primer número del franquisme, va escriure a casa seva, l'any 1945, un estudi molt interessant sobre el periòdic vuitcentista *Un tros de paper*, i ho

va fer en català tot i saber que mai podria publicar-lo. I de fet encara ara roman inèdit. Tot i que l'any següent en publicà una versió en castellà a la qual donà el títol d'*Albert Llanas, el "Quevedo catalán"*. En el pròleg del manuscrit, que hem pogut consultar, hi va escriure: "Estic gairebé segur que aquest treball meu no veurà la llum. No hi fa res. L'escriu per gust d'escriure. Generalment la meua ploma es mou per als altres. Ara em plau fer-ho per a mi. És una disbauxa, tal vegada, puix perdo un temps

'cotitzable'. No hi fa res. El tema em suggestiona. Té per a mi un doble encant: el del barcelonisme vuitcentista i el de l'aspecte periodístic (...). Jo vull dedicar-li aquest treball, com a penyora de la meua simpatia. Ho faig en català".

o setmanaris vinculats al lerrouxisme, a la Lliga o a Acció Catalana, que el nou règim no va permetre que tornessin a sortir.

Els tràmits de depuració es van portar a terme amb rapidesa durant l'estiu de 1939. A l'octubre ja es feia pública la relació dels que havien estat admesos. No hi havia gaires sorpreses, perquè la majoria dels que haurien vist denegada la inscripció eren a l'exili o havien preferit no donar senyals de vida.

Començaven nous temps per al treball periodístic, ben diferents de com havien estat fins tres anys abans. Ç

Començaven nous temps per al treball periodístic, ben diferents de com havien estat fins tres anys abans. Ç

TORNAR A LA FEINA

Fos quin fos l'estat d'ànim de cada professional, el primer era passar el procés de depuració i després incorporar-se com fos possible a la feina. Uns ho van tenir més complicat que els altres. Aquells que havien donat suport als colpistes o havien col·laborat amb ells durant la Guerra Civil van passar sense problemes la depuració i o bé van poder tornar al mitjà en què havien treballat abans de la guerra, si aquest havia pogut tornar a sortir, o bé els van regalar un lloc de treball en algun mitjà d'informació oficial, si el seu anterior lloc de treball havia deixat d'existir.

Aquest últim va ser el cas, sobretot, dels periodistes que havien treballat en diaris

LA FI DEL FOTOPERIODISME?

Els fotogrames amb una gran qualitat suposen un pas més en la canibalització de la fotografia per part del vídeo

TEXT ÓSCAR GARCÍA



La fotografia enfront del vídeo. La tecnologia digital ja permet extreure imatges a alta resolució d'un fotograma de vídeo. Foto: Florian Klauer (Unsplash)

Des que, el 2018, les càmeres fotogràfiques van començar a incorporar la possibilitat de filmar vídeo amb qualitat HD, el fotoperiodisme s'ha trobat amb una tecnologia que, a poc a poc, està transformant l'essència mateixa de la professió. La tecnologia digital no ha parat d'avançar i, actualment, els vídeos permeten captar moltes fotografies per segon a una altíssima qualitat i, d'aquesta manera, poder escollir, tranquil·lament, la millor imatge en postproducció. Tot un canvi de paradigma. Davant d'aquestes innovacions, alguns professionals han abraçat sense problemes les noves possibilitats, mentre que d'altres no tenen inconvenient a mostrar-ne les reticències.

Els darrers deu anys, l'evolució de les càmeres digitals ha estat revolucionària. De la incorporació del vídeo com una opció més a l'extracció d'un fotograma per reconvertir-lo en fotografia, les noves eines fotogràfiques posen en qüestió els conceptes que han guiat tradicionalment el fotoperiodisme. Ens trobem davant d'un canvi de paradigma que està afectant el rol dels fotoperiodistes i les maneres de transmetre històries amb imatges.

Tots els fotoperiodistes han sentit parlar de l'instant decisiu, un concepte que va crear a mitjan segle XX un dels pares del fotoperiodisme, Henri Cartier-Bresson, i que ha estat un dels pilars d'aquesta disciplina. La selecció d'aquest moment concret en el temps, en què la imatge concentra tota la significació possible, havia de ser l'objectiu del fotògraf. Decidir congelar en el temps una centèsima de segon que expliqués i englobés tot allò que el fotògraf volia explicar.

Cartier-Bresson destacava que “fotografiar és posar el cap, l'ull i el cor en el mateix punt de mira”, i, en el seu ascetisme, advertia que “fotografiar és com menjar, ho has de fer, però no en excés, perquè potser entre una foto i la següent hi ha la fotografia que estaves esperant, que dura una fracció de segon i que has de captar amb l'instint”. Aquesta disciplina, aquesta

concentració a l'hora de fotografiar, està saltant pels aires. I la causant és la simbiosi entre vídeo i fotografia que s'està produint, des de fa una dècada, per l'arribada de les noves tecnologies digitals.

UN NOU MÓN

Tot va començar, el setembre de 2008, quan la multinacional Canon, un dels principals fabricants mundials de càmeres de fotografia i de vídeo, va anunciar la comercialització de l'EOS 5D Mark II, la primera càmera digital de sensor de 35 mm que oferia la possibilitat de filmar vídeo amb qualitat HD. Aquesta màquina obria tot un nou món de possibilitats. A banda de ser una càmera fotogràfica de qualitat professional, els resultats de vídeo presentaven un aspecte cinematogràfic i una qualitat mai vistos fins llavors en un equip tan compacte i, relativament, assequible.

L'EXTRACCIÓ D'UN FOTOGrama PER CONVERTIR-LO EN FOTOGRAFIA POSA EN QÜESTIÓ ELS CONCEPTES QUE HAN GUIAT EL FOTOPERIODISME

En un primer moment, es podia pensar que l'oferiment de vídeo era un extra sense massa conseqüències, ara bé, una sèrie de vídeos creats únicament amb

aquesta càmera pel fotògraf i realitzador Vincent Laforet van demostrar que ens trobàvem a l'arribada d'una nova era en què fotografia i vídeo ja no eren dues disciplines aïllades.

De seguida, els fotògrafs més atrevits van començar a crear vídeos i a oferir-los als clients. I els mitjans de comunicació, en temps de crisi i de retallades pressupostàries, que, a més coincidien amb l'expansió multiplataforma d'Internet, van veure els evidents beneficis econòmics que es podien generar a partir del fet que la mateixa persona creés dos materials complementaris al mateix temps.

IMPLICACIONS ENORMES

El següent clau en el taüt l'ha tornat a posar fa nou mesos Vincent Laforet. En el vídeo “La convergència de les fotografies i la pel·lícula a 8K”, el fotògraf presenta una càmera de vídeo digital d'altíssima resolució, la RED 8K Weapon, que pot filmar a 60 fotogrames per segon, en qualitat RAW (imatge en brut que després es pot processar per canviar tonalitats, contrast, etc. sense perdre qualitat).

És a dir, amb aquesta càmera es poden fer vídeos o extreure individualment els fotogrames per triar-ne un o diversos com a fotografies. El mitjà pot disposar, cada segon, de fins a 60 fotografies en resolució superior a les càmeres professionals actuals. Les implicacions són enormes. El vídeo canibalitza la fotografia. Ja no existeix el moment decisiu a l'hora de prendre la fotografia. El fotògraf/operador de càmera o l'editor gràfic podran triar-lo a posteriori, en postproducció. Fins i tot l'existència de l'operador de càmera pot quedar en entredit.

El preu de la RED 8K és, per ara, una gran barrera d'entrada, perquè estem parlant d'una eina que es ven per gairebé 50.000 euros, sense comptar els objectius. Però,

com acostuma a passar amb els equips digitals, la comercialització provocarà una important baixada de preus. De fet, el fabricant d'aquesta càmera ja ha anunciat un acord amb l'empresa Foxconn (el

QUAN, EL 2008, CANON VA TREURE LA CÀMERA QUE FILMAVA AMB QUALITAT HD, FOTOGRAFIA I VÍDEO VAN DEIXAR DE SER DISCIPLINES AÏLLADES

fabricant xinès dels iPhone, entre altres productes) per a la creació d'una línia de càmeres un terç més barates. I això és només el principi.

NO ÉS EL MATEIX

Com reaccionen els fotoperiodistes davant d'aquest canvi de paradigma? Igual que s'està produint una disgregació d'audiències i d'eines per a la generació de materials audiovisuals, també podem trobar tota la gamma de reaccions, des de l'acollida emocionada davant les noves possibilitats de gent com Laforet, passant per l'acceptació, ja que hi ha necessitat de fer viable la professió, o la total negació de la possibilitat de confluència de vídeo i fotografia.

Janet Jarman, una reconeguda fotoperiodista nord-americana que viu a Mèxic, i que ha publicat per a capçaleres com *The New York Times*, *GEO*, *The Washington Post*, *Stern*, *Der Spiegel* i *The Wall Street Journal*, entre altres, és un exemple de professional que ha passat de la fase de negació inicial

LA RED 8K WEAPON POT DISPOSAR, CADA SEGON, DE 60 FOTOGRAFIES EN RESOLUCIÓ SUPERIOR A LES CÀMERES PROFESSIONALS ACTUALS

a l'acceptació d'aquesta nova època. En una entrevista per al web Re-Picture, explicava que, en una taula rodona del festival de fotoperiodisme Visa pour l'Image, van arribar a la conclusió que “només les eines estan canviant, i vam considerar que

ens podrien fer millors fotògrafs i millors periodistes”.

Jarman va publicar reportatges en format de vídeo al *The New York Times* encara que, de seguida, va començar a detectar els problemes que comportava la realització. “No és pràctic intentar ser un híbrid entre fotoperiodista i realitzador al mateix temps. És molt difícil realitzar les dues funcions simultàniament, per les exigències de cada rol. He descobert que la meua ment funciona de manera diferent quan faig fotos o vídeo. A les fotografies, provo de capturar l'essència d'una escena, concentrada en un moment. Als vídeos, penso com pintar una escena mitjançant una successió de plans generals, mitjans i primers plans”, assegurava.

Jarman també ha desestimat l'opció de fer servir el mateix equip per a ambdues tasques. Utilitza una càmera de vídeo Canon C300 la majoria del temps i la Canon 5D Mark IV per a fotografia. D'aquesta manera, fa servir dos sistemes que poden compartir els mateixos objectius, per reduir el volum de material que ha de transportar. O filma vídeo o fa fotos, no ho pot fer tot al mateix temps.

La necessitat d'haver de triar quina és la tasca primordial també la posa sobre la taula el fotoperiodista de *La Vanguardia* i realitzador David Aiob. “Un encàrrec en què hagi de fer fotos i vídeos genera una important minva de qualitat d'una de les dues disciplines. No podem oblidar que el vídeo inclou

un altre tema molt important, el so, per la qual cosa ja no estem parlant de dos, sinó de tres fluxos diferents de feina que haurà d'afrontar el professional”, afirma Aiob. “En una reunió sobre un viatge –prosegueix– vaig demanar si



ADAPTAR-SE AL CANVI

No és el mateix llenguatge el d'un vídeo que el d'una fotografia. Aquesta distinció implica, a més d'una manera d'interpretar la situació, una manera d'actuar i un flux de treball (i força diferenciat). L'article d'aquestes pàgines ho explica bé, en les paraules de David Aiob, Ricard Garcia Vilanova i Janet Jarman. Amb tots ells comparteixo conclusions.

El moment que iniciem ara va més enllà. Parlem de l'aparició de nous formats, i potser de nous tipus de professionals. Segur que, en molts casos, s'aprofitarà per abaratir costos i si és així, precaritzarà encara més el sector.

Un bon fotoperiodista no el fa una càmera. Ni tan sols una 8K. Un bon fotoperiodista (per sort, en tenim una pila) sempre serà més incisiu en la informació, tindrà imatges més intel·ligents i, si passa l'instants decisiu, segur que estarà més a prop de captar-lo. El fotoperiodista, un cop més, i no és el primer, s'adaptarà al canvi.

El nou escenari no el decidirà el professional, que ja sabem el que farà. Amb el salt tecnològic que sembla que s'apropa, la gran decisió vindrà dels mitjans de comunicació. Caldrà saber si voldran oferir al seu públic el millor periodisme gràfic (sigui en el format i plataforma que sigui) o pensaran que a la generació del segle XXI podem donar-li qualsevol cosa a qualsevol preu. Caldrà decidir com explicarem el món als nostres fills.

Xavier Bertral

Cap de Fotografia de l'ARA.



La fotografia es troba en constant evolució, fins al punt que fins i tot afecta els pilars bàsics de la disciplina. Foto: Laura Lee Moureau (Unsplash)

havia de prioritzar fotos o vídeo i em van respondre que les dues. Llavors els vaig preguntar, quan passi el lleó, que només passarà una vegada, que t'estimes més, una foto o un vídeo? En aquell moment es va acabar la discussió perquè ni ells mateixos ho sabien”.

OPCIÓ PROFESSIONALS

El fotoperiodista Ricard García Vilanova –freelance reconegut per la feina a Síria i al Califat Islàmic que li va comportar

AMB LA TECNOLOGIA ACTUAL, EN UN FUTUR PROPER FINS I TOT L'EXISTÈNCIA DE L'OPERADOR DE CÀMERA POT QUEDAR EN ENTREDIT

un segrest de sis mesos per part d'Estat Islàmic–, intenta lluitar contra aquesta disjuntiva mitjançant l'ús conjunt de dues càmeres, unides horitzontalment per un gran sòcol; una de vídeo, la Canon XD25, i una càmera fotogràfica sense mirall, una Fujifilm XT1, que està guanyant reconei-

xement entre els fotògrafs per oferir bons resultats en una mida més petita que les tradicionals càmeres rèflex.

García Vilanova, veient que no es podia mantenir econòmicament amb les fotografies, va haver de concentrar l'activitat comercial amb els vídeos que ven a la CNN, que són els que li permeten dedicar-se a allò que li agrada. “Jo sempre m'he considerat un fotògraf, el que passa és que ara no puc viure de la fotografia. Actualment, només poden viure els que estan

en plantilla als diaris; com a freelance, i del sector meu, ja et dic que ningú viu d'això. És impossible. Vius de beques, de conferències, de la televisió, com jo, però no de la fotografia. M'agradaria ja no fer vídeos i seguir sent fotògraf, ara bé, crec que no tindrè aquesta opció”, admet.

Ara bé, no tot són inconvenients. La possibilitat de reduir costos a l'hora de produir

vídeos està sent aprofitada per alguns professionals a l'hora de crear projectes propis. David Aiob n'és un exemple. A banda del treball a *La Vanguardia*, ha dut a terme dos projectes personals, els audiovisuals *Calcio Storico* (amb codirecció de David Ramos, que va guanyar un Word Press Photo el 2014) i *La caja de cerillas*, íntegrament rodats amb una càmera fotogràfica, la Canon 5D Mark III, successora de la qual ho va iniciar tot. Aiob veu altres possibilitats per a la sortida professional. “No la trobaràs en els mitjans de comunicació escrits o digitals, sinó en canals de televisió o plataformes digitals. Pensar en els mitjans de premsa escrita és equivocar el públic objectiu. Una altra cosa és la realització de vídeos corporatius per a empreses; en aquest sector sí que conec fotògrafs que han aconseguit nous clients”, conclou. Ç

EL RELAT REPUBLICÀ A FRANÇA

Crònica del diari *Journal de Barcelone* que, en plena Guerra Civil, la Generalitat va editar durant quasi tres mesos a París

TEXT JOSEP M. FIGUERES

El *Journal de Barcelone* va ser un dels productes ideats des del Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya, que dirigia Jaume Miravittles. Es tractava d'un diari, en francès i amb quatre pàgines, que es va editar durant quasi tres mesos a la capital francesa. Apel·les Mestres, Frederica Montseny, Annà Murià o Antoni Rovira i Virgili, entre molts altres, van publicar en aquestes pàgines. La desconeguda història de la capçalera s'explica en el context de la Guerra Civil amb la voluntat de reforçar el relat republicà a França, aleshores una de les capitals de la diplomàcia europea.

El Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya va ser un dels principals organismes governamentals en temps de guerra. Esdevingué, segurament, el centre informatiu més dinàmic, més actiu en la tasca que li fou encomanada i amb una extraordinària qualitat en resultats. Tot i que el nom no és la propaganda –sectària– com entenem a partir dels anys quaranta, sinó com a projecció, o sigui una mena de Direcció General de Cultura i Difusió.

Aquest organisme va actuar en multitud de camps temàtics i tècniques comunicatives, com documentals –Laya Films– i llibres –Forja editorial– i va organitzar un munt d'iniciatives a la seu de la Diagonal barcelonina, aleshores avinguda del 14 d'abril. També va disposar d'un taller de

revelatge de fotografies, suport als enviats especials i corresponsals de tants i tants mitjans que acudiren a explicar la Guerra Civil, organització de festivals, estands, exposicions i, naturalment, va editar premsa.

Aquesta última va ser una de les tasques principals al costat de l'organització de

EL DIARI ES VA PUBLICAR DURANT UN TOTAL DE 84 DIES, CONCRETAMENT ENTRE EL 20 DE GENER I EL 9 DE MAIG DE 1937

festivals de música, de manifestacions –com la rebuda al vaixell *Ziryani*– i actes públics diversos –tenia pràcticament el Tívoli a la seva disposició. En conjunt, la seva tasca va ser d'una gran importància,

sobretot l'any 1937. Des d'un pavelló a la plaça de Catalunya per a recollir diaris per al front fins a una manifestació en suport a l'Exèrcit Regular Popular.

El 1938, però, l'activitat decau, per les dificultats financeres, per l'absència de matèries primeres, per l'exhauriment dels recursos amb la nova normativa de la Generalitat, i també estava afectada pel bloqueig marítim al que fou sotmès la República per la

triple combinació de factors letals com van ser la no-intervenció de les democràcies europees que podien ser amigues, l'hostilitat manifesta amb implicació de les dictadures de Hitler, Mussolini... i el





ARTICLES DE QUALITAT

En els quasi tres mesos de vida del *Journal de Barcelone*, van ser moltes les personalitats que hi van escriure. Aquesta és una selecció dels millors articles que van aparèixer a les seves pàgines;

- Anna Murià: «L'écrivain devant la révolution»
 Léo Dalry: «Les rebelles n'aiment pas la France »
 Dr. Montana: «Tous les reporters sont-ils borgnes?»
 André Jean: «Les étrangers chez nous»
 Albert Soullou: «L'industrie nouvelle en Catalogne»
 Apel·les Mestres: «Vous ne passerez pas!»
 Frederica Montseny: «L'anarchisme militant et la réalité espagnole»
 Antoni Rovira i Virgili: «Hitler ignore l'Espagne »
 Jaume Miravittles: «La non-intervention contre la République»
 Georges Nuisson: «Pour sauver les enfants d'Espagne »
 Gonzalo de Reparaz: «L'Espagne au Maroc»
 C. André Viollis: «Repart contre le fascisme. Barcelone attend et travaille»
 Pere Cols: «La Coblà de Barcelona, ambassade de Catalogne»
 Paulino Massip: «La vie à Barcelona »
 Joaquim Xirau: «L'esprit catalan. Socialisme et libéralisme»
 D. A. de Santillán: «La triple solidarité condition de la Victoire»
 Ramon Vinyes: «La vie à Barcelona»
 Ernest Saludes: «Nos frères basques»
 Edouard Fontserè: «La science au service du peuple»
 F. Martí Ibañez: «Visite à la Maternité d'Hospitalet»
 Joaquim Folh i Torres: «L'art catalan au jeu de Paume»
 S. Vives Casajoana: «Les malades mentaux en Catalogne»
 Mariano R. Vázquez: «Vive le Mexique!»
 P. Català: «La publicité. Préparation à la propagande»
 Tristan Tzara: «A propos de l'Exposition d'Art catalan» (rep. *L'Humanité*)
 G. Brunon-Guardia: «L'Exposition d'art catalan» (rep. *L'Intransigeant*)
 Ramon Xuriguera: «La répression contre les ouvriers en Catalogne»

suport del gran capital internacional a la rebel·lió franquista.

ICONES DE GUERRA

En aquest context, Jaume Miravittles, periodista i polític figuerenc, va ser, des de la direcció del Comissariat de Propaganda de la Generalitat, l'artífex de la iniciativa que es va convertir en un molt poderós instrument per ajudar la política de la República espanyola i de la Generalitat.

Va ser ell que va crear el Comissariat amb tres-cents col·laboradors, entre especialistes intel·lectuals—periodistes, cineastes, fotògrafs, escriptors— i tècnics de suport—xofers, secretàries...— Miravittles va assumir un paper protagonista en la creació de l'argumentari en la perspectiva internacional, tot i els condicionaments ideològics previs.

Va ser així com es crearen les grans icones de la guerra. Com el famós cartell “Aixa-

fem el feixisme”, que Pere Català i Pich va elaborar. O com quan Pere Quart va escriure *Terol* com a mostra de la victòria arran la conquesta d'aquesta ciutat als franquistes. D'altra banda, les imatges dels bombardeigs procedien del documental *Le martyre de la Catalogne*, estrenat a París l'agost del 1938 com a protesta pels atacs aèris a les poblacions civils. Era la manera que Miravittles i el seu equip van donar a conèixer als països europeus el que estava passant a la capital catalana.

D'un gadget exitós, com la figura de vuit centímetres *El més petit de tots*—que representava un nen amb granota d'obrer, una senyera en una mà i el puny esquerra alçat, i del qual es van arribar a fer fins a 60.000 còpies— fins a una edició d'auques combatives. Res no s'escapava a la voluntat de fer arribar el suport popular, mediàtic, polític, a la causa a tota la població, fos de rereguarda, soldats del front o al conjunt a la població i mitjans internacionals. Les sis mil fotografies de l'activitat del centre, que es conserven als arxius, són la millor explicació. La llegenda del Comissariat perviu fins avui.

PARÍS, OBJECTIU

Periodísticament, el Comissariat tenia cura d'una desena de publicacions. Unes foren revistes de luxe en disseny i contingut com *Nova Ibèria* i amb edició en diversos idiomes, a més del català. Altres eren més senzilles com *Amic*, amb textos per als soldats al front. O modestes i humils com el *Comunicat de Premsa*, també en múltiples edicions, amb informacions per al món de la comunicació i *Butlletí per als catalans absents de la pàtria* de l'exterior, *Avant-garde* per als voluntaris francesos, *Mallorca Nova*, *Visió*... Tota una tasca en què la comunicació esdevenia vital. En aquest camp, s'inclou l'edició del diari *Le Journal de Barcelone* a París.

França és l'objectiu de la diplomàcia, dels esforços col·lectius. París era, amb Londres, la capital europea de la diplomàcia. I, per tant, era un objectiu. Per això, el Co-

missariat va realitzar moltes edicions en francès tant de llibres com de pel·lícules o revistes, va tenir un delegat propi a la capital i les activitats eren nombroses. No és casual, doncs, que sigui aquí on tindria lloc *Le Journal de Barcelone*.

Miravittles coneixia molt bé la política francesa. Havia estat exiliat als anys vint a París, parlava francès i coneixia el país. Els articles que publicà el 1938 a *La Humanitat* sobre política internacional així ho deixaven palès.

AVENTURA INTEL·LECTUAL

Escrit en francès, el *Journal de Barcelone* (amb el subtítol de *Bulletin quotidien d'information de presse de la Généralité de*

Catalogne) es va editar diàriament, al llarg de gairebé tres mesos. Exactament 84 dies. El diumenge feien un número doble. La

VA SER UNA DE LES DEU PUBLICACIONS DEL COMISSARIAT DE PROPAGANDA DE LA GENERALITAT REPUBLICANA QUE DIRIGIA JAUME MIRAVITLLES

seva vida va del 20 de gener al 9 de maig de 1937, passats els Fets de Maig. A l'abril no va sortir durant quatre dies, alternats (20, 22, 25 i 29).

El diari—que tenia la redacció al carrer de Saint Agustin, 30—disposava d'una estructura regular que no modificava: convencional i clàssica aleshores. Quatre

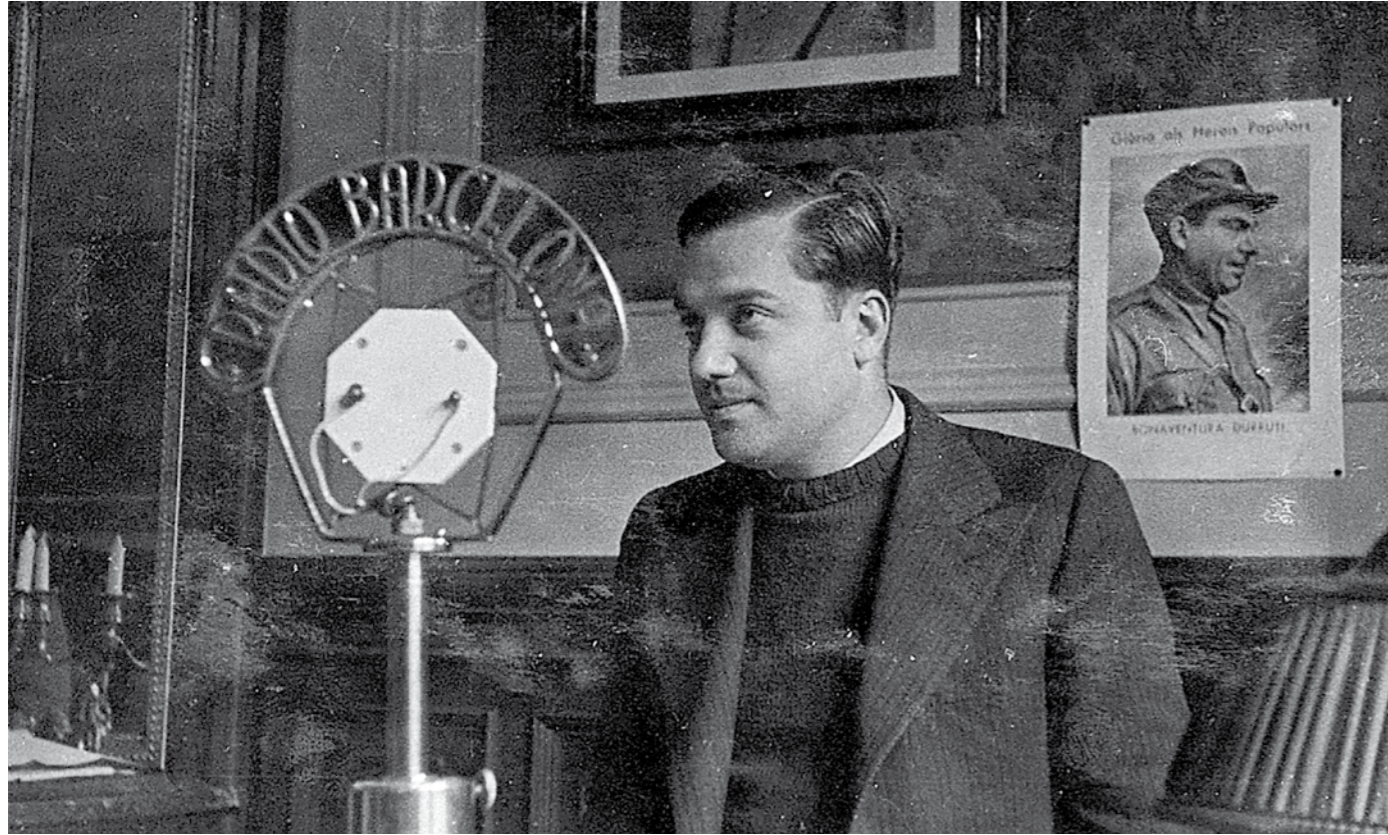
columnes i quatre pàgines, una il·lustració en portada amb els articles d'opinió i molta informació, moltes dades. Hi

participaren totes les forces polítiques i els especialistes més rellevants. A l'editorial fundacional parlaven de veracitat, d'informació, i s'hi pot

llegir: “*Le Journal de Barcelone ne sera pas un journal de plus, sinon une feuille modeste et véridique*” (*El Journal de Barcelone no serà un altre diari, sinó un full modest i veritable*). En el número 68, Miravittles escriu l'article “*Deux peuples frères. Catalogne et France*” (*Dos pobles agermanats. Catalunya i França*) en què exposa els lligams republicans espanyols i l'amistat francocatalana.



A pàgines anteriors, exemplars del *Journal de Barcelone*. Sobre aquestes línies, oficina del Comissariat de Propaganda, a Barcelona, amb els butlletins d'aquest organisme, que s'editaven en català, castellà, francès, anglès, alemany i italià, entre altres idiomes. (Arxiu Nacional de Catalunya - Comissariat de Propaganda).



Jaume Miravittles a la seu del Comissariat, parlant pels micròfons de Ràdio Barcelona. (Arxiu Nacional de Catalunya - Comissariat de Propaganda).

Se'n conserven exemplars en sis grans biblioteques públiques, les qui en tenen més són l'Arxiu Nacional de Catalunya (33 exemplars) i la Biblioteca del Pavelló de la República de la UB (28). A París, la Mitterrand disposa de la col·lecció completa, excepte la primera setmana.

La seva història és la d'una aventura intel·lectual i d'acció, malauradament des-

número són ell, Anna Murià i el doctor Montana els que signen els tres articles.

Actiu, Dalty va organitzar l'acte al Velòdrom d'Hivern, que va esdevenir el primer gran acte per la República a París. També està al darrere del viatge d'una vintena de periodistes francesos, el novembre del 1936, a Barcelona en una missió de gran abast. Igualment, el febrer de

1937, va organitzar la visita de vint diputats francesos a Catalunya i l'acte, a la seva tornada, a la Mutualité, on ho explicaren als assistents de París.

Posteriorment, a l'edició del diari seguirà vinculat al Comissariat, anirà a Califòrnia, enviat pel Comissariat en missió de propaganda. Josep Carner Ribalta explica que li va encarregar de portar l'Exposició

Antifeixista del Comissariat a Mèxic. Dalty és, doncs, un constant treballador de la causa republicana. Del final de la guerra fins a la seva mort, el 1964, va col·laborar als Estats Units amb la causa republicana amb absoluta fidelitat, editant revistes, manifestos, etcètera, voluntàriament, com tants altres exiliats.

ALTAVEU DE POLÍTICS

París era l'objectiu d'una oficina de propaganda que va arrancar l'octubre del 1936 amb Domènec de Bellmunt i Ramon Xuriguera. Dalty n'era un promotor, havia viatjat el mateix agost per a preparar-la i contrarestar la propaganda de Burgos. A la redacció del diari hi ha també una oficina de propaganda de la Generalitat on distribueixen les publicacions que la Generalitat editava en francès, de revistes a quaderns passant per llibres. El gerent



EL SOMRIURE DEL REI DELS SPIN DOCTORS

Jaume Miravittles sempre darrere. Darrere de Dalí, Buñuel, Macià, Companys... I darrere dels grans fets: Prats de Molló, les conspiracions, la proclamació de la República... És l'home que xiuxiueja a l'orella dels líders. El conseller. L'assessor de comunicació. L'*spin doctor*. L'ésser invisible que mou els fils. Però l'home un dia es posa al davant. Cap del Comissariat de la Propaganda de la Generalitat. 1936. Objectiu guanyar la guerra de la informació a tots els camps: front, rereguarda, món. Guanyar-la a tots els públics: soldats, mares, periodistes... Guanyar-la a tots els mitjans, formats: cinema, ràdio, premsa, cartells... El Comissariat és alguna cosa més que un exèrcit d'informació. Ell veu el futur. I canvia la mirada comunicativa de Catalunya: d'Europa cap als Estats Units. Oloro el que va crear Roosevelt durant la Primera Guerra Mundial. Per això, el Comissariat té un exèrcit de cervells. Els consellers assessoren Miravittles. Són neurones especialitzades. I després ell rumia, decideix. I parla a l'orella dels seus caps: Tarradellas, Companys. Sempre amb aquell somriure. Així el bategen: "El somriure de la República". Cada cop més omnipresent, omniscient. I Companys es queixa d'aquesta excessiva visibilitat. Però Miravittles respon: "La bona propaganda comença per un mateix". I neix una nova era.

Francesc Canosa

Periodista, director editorial d'*Història del periodisme de Catalunya* (Sàpiens)

era Bertrand Philip, que assumia tasques periodístiques, ja que així signa entrevistes amb Jaume Miravittles.

Van excel·lir en la difusió de les activitats del Comissariat a França, com l'exposició d'art medieval, les *tourneés* de la cobla Barcelona, el festival a la memòria de Lorca

"NO SERÀ UN ALTRE DIARI, SINÓ UN FULL MODEST I VERITABLE", ES DEIA EN L'EDITORIAL FUNDACIONAL

assassinat. En un informe de 1937, s'hi pot llegir que "el mes de gener l'activitat de la nostra delegació a París no ha parat". Eren un equip humà feble però, com tot el Comissariat, molt dinàmic. Els funcionaris de l'organisme deien públicament que treballarien dia i nit, suprimint horaris, dormint i prou. Tres traductors i quatre delegats, dos de la UGT i dos de la CNT, eren tot l'equip amb en Dalty i el suport,

ELS ANARQUISTES HI TENIEN UNA NOTABLE PRESÈNCIA, A DIFERÈNCIA DEL QUE PASSAVA AMB ELS MARXISTES

és clar, de les oficines centrals que facilitaven, textos, contactes, articles per a les edicions diàries.

El mateix Miravittles explicà que el tiratge del *Journal de Barcelone* era de 10.000 exemplars els dies feiners i 100.000 els diumenges. Fins al març, el diari es distribuïa gratuïtament i els dos mesos següents ho feien amb 4.000 exemplars dels vint mil tirats. Més ajustat, un informe intern del diari, citat per Ester Boquera a la seva tesi doctoral sobre el Comissariat, parla de 6.500 exemplars.

En total, el *Journal de Barcelone* va publicar uns dos-cents articles, diversos milers de notícies i un volum important d'informació general, amb imatges, com mapes i diagrames, fotografies, etcètera. El diari

va excel·lir en articles propis i, també, en ser altaveu de la política amb reproducció de discursos i parlaments, entrevistes i declaracions als principals líders com Azaña, Companys, D. Abad de Santillán, Garcia Oliver, Álvarez del Vayo, el general Miaja, Martínez Barrio, Dolores Ibarruri, Ventura Gassol, A. M. Sbert, en una meditada distribució en què excel·lien els anarquistes, amb una molt notable presència, a diferència del que passava amb els marxistes. Potser

la dada, amb la coincidència cronològica, n'afavoreix el tancament per a privar-los d'una tribuna més pròpia.

Els costos del diari eren alts. Sense màquines ni ordinadors ja que tot es feia a mà: als costos de redacció i edició s'hi afegien els de distribució: etiquetes amb adreces per als subscriptors, enfaixar les bandes, etc. Boquera escriu que "calculaven que el diari costava 43.000 francs al mes [...] una xifra que passava de les seves previsions de 30.000 francs mensuals i confiaven cobrir-ho amb

donatius". Segurament, les limitacions financeres de la Generalitat d'inici de 1937 també van influir en la suspensió de la seva publicació.

No hi ha dubte que *Journal de Barcelone* va oferir una altra imatge, diferent a la que altres catalans, amb el patrocini de Francesc Cambó a l'entorn del SIFNE i les seves edicions, i revistes com *Occident*, realitzaven com a contracampanya. Però això ja és una altra història també digna de ser coneguda. Ç

LA MORT DE LA DEMOCRÀCIA

Relat de la presa de control absolut dels mitjans de comunicació per part del Kremlin

TEXT ALIAKSANDR HERASIMENKA



El polèmic president rus, Vladimir Putin, –en una imatge d'arxiu de 2011– ha creat, amb el pas dels anys, un autèntic monopoli informatiu. Foto: Kremlin.ru

En les darreres dues dècades, l'erosió gradual de la llibertat de premsa a Rússia ha anat afectant els periodistes, cada cop més controlats pel Kremlin. En aquest article, el bielorús Aliaksandr Herasimenka –investigador de la Universitat de Westminster (Londres) i especialista en l'ús de les xarxes socials per part d'activistes en països autoritaris– explica com Putin ha aconseguit el control absolut dels mitjans de comunicació. L'anàlisi, –que Herasimenka va escriure per al *Report.cat*– mostra pas per pas un procés preocupant tant per al periodisme com per a la mateixa democràcia.

La democràcia no desapareix en un dia. Tanmateix, es pot erosionar a poc a poc, esvaint-se com un castell de sorra. Això és el que li ha passat a la democràcia a Rússia en els darrers vint anys. Des de la dècada dels noranta, el règim polític rus ha explorat moltes vegades els límits de la democràcia: des de la dissolució del Parlament al frau electoral.

Molts acadèmics vinculen l'augment d'aquesta política antidemocràtica a Rússia amb la naturalesa de la seva economia basada en recursos naturals. Altres estudis destaquen altres aspectes com l'habilitat del règim per incorporar la corrupció en el dia a dia, el passat rus com a imperi i el neoimperialisme que actualment carac-

desenvolupament de règims autoritaris, tant en els primers dies com un cop aquests ja estan consolidats. Identifico aquí quatre etapes d'aquesta erosió democràtica a Rússia en les quals els mitjans de comunicació han tingut un rol crucial.

CONTROL TELEVISIU

Primera etapa. Després d'arribar al poder, el futur líder autoritari Vladimir Putin va buscar establir el seu control sobre els

mitjans de comunicació més importants d'aleshores: la televisió i la ràdio. Era l'època anterior a la incontrolable irrupció d'Internet.

Quatre dies després d'esdevenir president de Rússia, l'any 2000, Putin va enviar la policia a assaltar les oficines de l'empresa

propietària del canal de televisió líder del país en termes d'informació, la NTV.

Vladimir Kara-Murza, fill d'un dels periodistes més reconeguts de la cadena, recorda com “la NTV va caure sota control governamental després d'una llarga campanya d'un any en què es van desplegar tots els recursos de l'Estat per posar la cadena rebel de genolls”. Des d'aleshores, el canal pertany a la companyia de propietat estatal Gazprom, que extreu i comercialitza tant gas com petroli.

QUATRE DIES DESPRÉS DE SER PRESIDENT, PUTIN VA ENVIAR LA POLICIA A ASSALTAR L'EMPRESA PROPIETÀRIA DEL CANAL DE TELEVISIÓ LÍDER

teritza aquest país. Desafortunadament, no parem suficient atenció al paper que tenen els mitjans de comunicació en el

Durant els primers tres anys de la presidència, Putin va prendre el control de totes les cadenes de televisió nacionals que cobrien la política nacional. “L’últim mitjà privat va ser forçat a no emetre per ordre del ministre d’Informació de Putin, al juny de 2003, sota l’argument oficial que ‘els interessos dels espectadors’ van reclamar aquest pas”, escriu Kara-Murza. Prendre el control de les estacions televi-

sives nacionals va ser el primer moviment polític important per a Vladimir Putin.

Aquesta presa de poder televisiu va afectar la cobertura política a Rússia. Durant anys, els estàndards de periodisme, així com la pluralitat d’opinions, han disminuït al país, tal com apunta l’edició 2017 de l’estudi *Freedom of the Press*, elaborat per Freedom House, una ONG amb seu a Washington que promou la democràcia, la llibertat política i els drets humans. Aquesta mateixa entitat també argumenta que la televisió a Rússia, “que continua

sent la principal font d’informació, de vegades exerceix com a eina de propaganda del govern”. Això vol dir que l’audiència a Rússia no té gairebé accés als punts de vista de l’oposició a la televisió.

LA RESTA DE MITJANS

Segona etapa. Després del control dels principals canals de televisió, es va continuar prenent el control d’altres mitjans de comunicació d’informació política importants al país. Diferents ràdios i diaris van ser gradualment forçats, o bé van haver de canviar de propietari o tancar. Els periodistes van ser convidats a buscar feina a un altre lloc o a abandonar el país. El resultat va ser una proporció aclaparadora de mitjans de comunicació sota control governamental cobrint temes segons la



Acció de protesta al centre de Moscou a favor de la llibertat de premsa a Rússia. Foto: Sputnik / Alamy Stock Photo.



PROPAGANDA FEROTGE, APARENÇA DE PLURALISME

Cada matí, al consultar la premsa, un corresponsal estranger a Rússia podria concloure que aquí existeix un cert pluralisme, si es deixés portar per les aparences. Mitjans oficialistes com *Izvestia* conviuen amb publicacions crítiques com *Nóvaya Gazeta* o *Meduza*. Una important emissora, Eco de Moscou, dona veu a comentaristes com Yúlia Latynina, molt independent respecte del Kremlin. Però seria una impressió superficial. Són mitjans que es consumeixen a ciutats com Moscou i Sant Petersburg, mentre que a les províncies de la immensa Rússia, el ciutadans s’informen, sobretot, amb els canals federals de televisió. I aquí, només existeix una sola veu, la oficial i es fan servir ferotges tècniques de propaganda amb un ús freqüent de les notícies falses, fenomen en el qual el Kremlin té un gran domini. Per exemple, el principal programa d’anàlisi política al primer canal, *Vesti Nedeli*, ha especulat amb la possibilitat que als EUA es falsifiquessin les presidencials o que Bill Clinton tingui un fill negre amb una prostituta. El resultat d’aquesta desinformació és una ciutadania aïllada, que quan els seus líders són criticats en el món, veu una conspiració d’Occident. Dues advocades, amb estudis i poques simpaties cap a Putin, dubtaven feia poc de la responsabilitat del Kremlin en l’enverinament, al Regne Unit, de l’exespia Serguei Skripal.

Marc Marginedas

Corresponsal d’*El Periódico de Catalunya* a Moscou

visió del Govern. Actualment, a Rússia, “el debat polític significatiu es limita a webs de notícies, alguns programes de ràdio i un grapat de diaris”, alerta Freedom House. Un quants mitjans, els quals romanen privats i sense dependència de les elits governants, van optar per una estratègia de cooptació per evitar una possible pèrdua del negoci.

En paral·lel a aquests moviments, Putin ha introduït canvis en el sistema polític rus: abolició de les eleccions de governadors regionals, establiment d’un poder vertical

DURANT ELS PRIMERS TRES ANYS AL PODER, EL LÍDER RUS VA PRENDRE EL CONTROL DE TOTES LES CADENES QUE COBRIEN LA POLÍTICA NACIONAL

que li permet controlar les elits regionals, així com la consolidació de les elits empresarials al voltant seu. Aquestes accions li han permès consolidar el seu poder i construir un sistema autoritari a Rússia.

PRESÓ I ASSASSINATS

Tercer. El control sobre els principals mitjans de comunicació també va ajudar al que aleshores era l’emergent líder autoritari per apartar del seu camí els

oponents polítics, alguns d’ells reconeguts líders opositors. Aquesta estratègia va ser necessària per assegurar-se guanyar les eleccions següents sense problemes. Els

mitjans de comunicació van ajudar a justificar aquest veto cap a l’oposició argumentant que es reforçava la conversa política nacional. Alguns líders opositors es van veure forçats a sortir del país. Altres, com va ser el cas del magnat petrolier Mikhail Khodorkovsky, van ser enviats a la presó.

Khodorkovsky era un reconegut seguidor de diferents organitzacions i partits de l’oposició, des dels comunistes fins als liberals. Va estar-se deu anys a la presó –va ser indultat per Putin el 2013– i gairebé ningú va qüestionar la motivació política del seu empresonament. Finalment, algu-

LES MENTIDES DE RUSSIA TODAY

L'estiu del 2017, va sortir al mercat *La nueva Rusia. Nada es verdad y todo es posible en la era de Putin* (RBA), llibre en què Peter Pomerantsev se submergeix en una realitat soviètica marcada pels diners i el poder, i en la quales troben des de polítics i empresaris corruptes a sectes, mafiosos, prostitutes, etc.

Aquest periodista britànic, nascut a la URSS, però educat a Europa Occidental, va treballar durant deu anys al seu país natal, exercint de productor televisiu. En un moment del llibre, l'autor defineix Rússia com "una espècie de dictadura postmoderna que utilitza el llenguatge i les institucions del capitalisme democràtic per a finalitats autoritàries".

En un dels capítols, Pomerantsev analitza el funcionament de la televisió russa: "En aparença, la major part dels canals televisius de Rússia estan organitzats com qualsevol emissora de televisió occidental. Les productores independents presenten idees de programes a les cadenes en el que sembla un concurs obert. Però hi ha un truc. Aviat em vaig adonar que la majoria de les empreses de producció pertanyien totalment o parcialment als directors de l'emissora i a executius senyors. S'estaven contractant a ells mateixos".

Amb tot, Pomerantsev centra part de la seva anàlisi en Russia Today (RT), el canal rus de notícies que emet en anglès per a tot el món. "La resposta de Rússia a BBC World i Al-Jazira", tal com ho defineix Pomerantsev. La cadena, amb un pressupost que supera els tres-cents milions de dòlars, és l'altaveu del Kremlin.

Al llibre, l'autor recorda com, durant la guerra amb Georgia, Russia Today posava de manera ininterrompuda un titular que deia "Els georgians cometem genocidi a Ossètia", malgrat que no hi hagués cap prova d'això. O com quan la cadena fabricava notícies falses sobre la presa d'Ucraïna per part dels feixistes.

DISCURS ANTIHEGEMÒNIC

A més d'aquestes notícies progovernamentals, la cadena ha impulsat una sèrie de col·laboracions de tall antiimperialista. Com el programa d'entrevistes que va tenir Julian Assange o els espais oferts a activistes antiglobalització, intel·lectuals nord-americans crítics amb la supremacia del seu país o a teòrics de la conspiració de l'11-s. Tot plegat, un discurs

antihegemònic. Resultat: el canal més vist a YouTube amb mil milions de visitants.



El periodista Larry King durant el seu programa a Russia Today

"És una nova classe de propaganda del Kremlin que no té tant a veure amb enfrontar-se a Occident amb un model oposat, com en la guerra freda, sinó que es tracta de penetrar en el seu llenguatge per jugar i mofar-se des de dins", escriu Pomerantsev al llibre.

Alguns professionals, tanmateix, no accepten treballar enmig d'una manipulació informativa que per a molts és força des-

LA CADENA, QUE REPRODUUEIX EL DISCURS DEL KREMLIN, ÉS EL CANAL MÉS VIST A YOUTUBE AMB MIL MILIONS DE VISITANTS

carada. "Els periodistes -explica Pomerantsev- que s'adonen del que està passant marxen corre-cuita, sovint ansiosos per eliminar Russia Today dels currículums. Alguns fins i tot dimiteixen o es queixen en antena dient que no volen seguir sent els peons de Putin".

"Ara bé, -prosegueix- la major part s'hi queda: els que estan tant ideològicament determinats pel seu odi cap a Occident que no s'adonen que els estan utilitzant (o els és igual); els que desitgen tant ser a la televisió que treballarien en qualsevol lloc; o els que senzillament pensen: "Bé, totes les notícies són falses, tot això només és un joc, no?".

Eudald Coll

nes persones, més tossudes, com l'exvicepresident Boris Nemtsov, van ser expulsats de l'escena política mitjançant el seu assassinat. Aquests assassinats han ajudat els règims a mantenir els líders al poder. I envien també un missatge inequívoc a la població crítica. Els organitzadors i estratègics dels assassinats d'alt nivell romanen sense nom.

EVITAR ELS CRÍTICS

Quart. Els mitjans de comunicació russos més clàssics i establerts cobreixen aquests esdeveniments tràgics, així com molts altres assumptes, silenciats les qüestions crítiques i sovint utilitzen un estil de cobertura periodística escandalós, extrem i divisiu, típic dels tabloides occidentals. Els especialistes dels mitjans russos han practicat aquesta cobertura de l'escàndol durant anys. Un tipus de cobertura que

L'AUDIÈNCIA A RÚSSIA NO TÉ GAIREBÉ ACCÉS A LA TELEVISIÓ ALS DIFERENTS PUNTS DE VISTA DE L'OPOSICIÓ

ha derivat gradualment en una màquina de propaganda d'estil tabloide. Aquesta màquina va ser utilitzada de manera intensiva per manipular l'opinió pública en moments difícils per al govern rus, com la guerra a Ucraïna, l'any 2014, quan les tropes russes van envair el país. Els mitjans controlats per l'Estat van cobrir el conflicte utilitzant apel·lacions a les emocions i l'orgull ètnic i d'identitat de l'audiència, tal com apunta una investigació elaborada pels periodistes Samuel Greene i Graeme Robertson.

I va resultar ser una estratègia molt lucrativa pel lideratge polític del dirigent rus. La prova és que aquells que van veure més els informatius de les televisions estatals van incrementar, el 2014, el suport a Putin. Per contra, els ciutadans que es van informar majoritàriament a través de mitjans independents es van mostrar menys predisposats a votar-lo.

Com a resultat de la magnitud del control sobre la televisió i altres mitjans importants per part de les elits governants, silenciava l'oposició i promocionant la propa-

"EL DEBAT POLÍTIC SIGNIFICATIU ES LIMITA A WEBS DE NOTÍCIES, ALGUNS PROGRAMES DE RÀDIO I UN GRAPAT DE DIARIS" Freedom House

ganda a l'estil dels tabloides, molta gent a Rússia viu en una bombolla mediàtica en què l'opinió ja està preconfigurada. Molt sovint aquests ciutadans estan convençuts que el seu país només pot sobreviure si el seu líder es manté al poder. Això ha contribuït a la desil·lusió de la població envers els partits de l'oposició.

En aquest article no pretenc dibuixar paral·lelismes. Tanmateix, sembla que les

fases descrites han traspassat fronteres i s'han convertit en quelcom comú a altres països actualment. A països com Hongria, Turquia,

Filipines o Polònia la democràcia s'erosiona lentament mentre els seus executius soscaven la llibertat de premsa i tracten de controlar els mitjans que els critiquen. Alguns d'aquests governs també eliminen tot contratemps que es troben en el camí

amb l'objectiu de marginar l'oposició. Fins i tot el president dels Estats Units, Donald Trump, ha estat acusat diferents cops d'atacar els mitjans, als quals defineix com a "partit de l'oposició", fins al punt que els va arribar a qualificar com a "els éssers humans més deshonestos sobre la Terra".

La democràcia és fràgil. I els Governos antidemocràtics sovint aprenen com les democràcies s'erosionen amb exemples com el de Putin a Rússia. Així, les notícies des d'aquest país ens haurien de recordar dels perills del control en forma de monopoli de la majoria de mitjans. I és, també, un recordatori de com els mitjans controlats poden fàcilment aplanar el camí cap a una no-democràcia. C

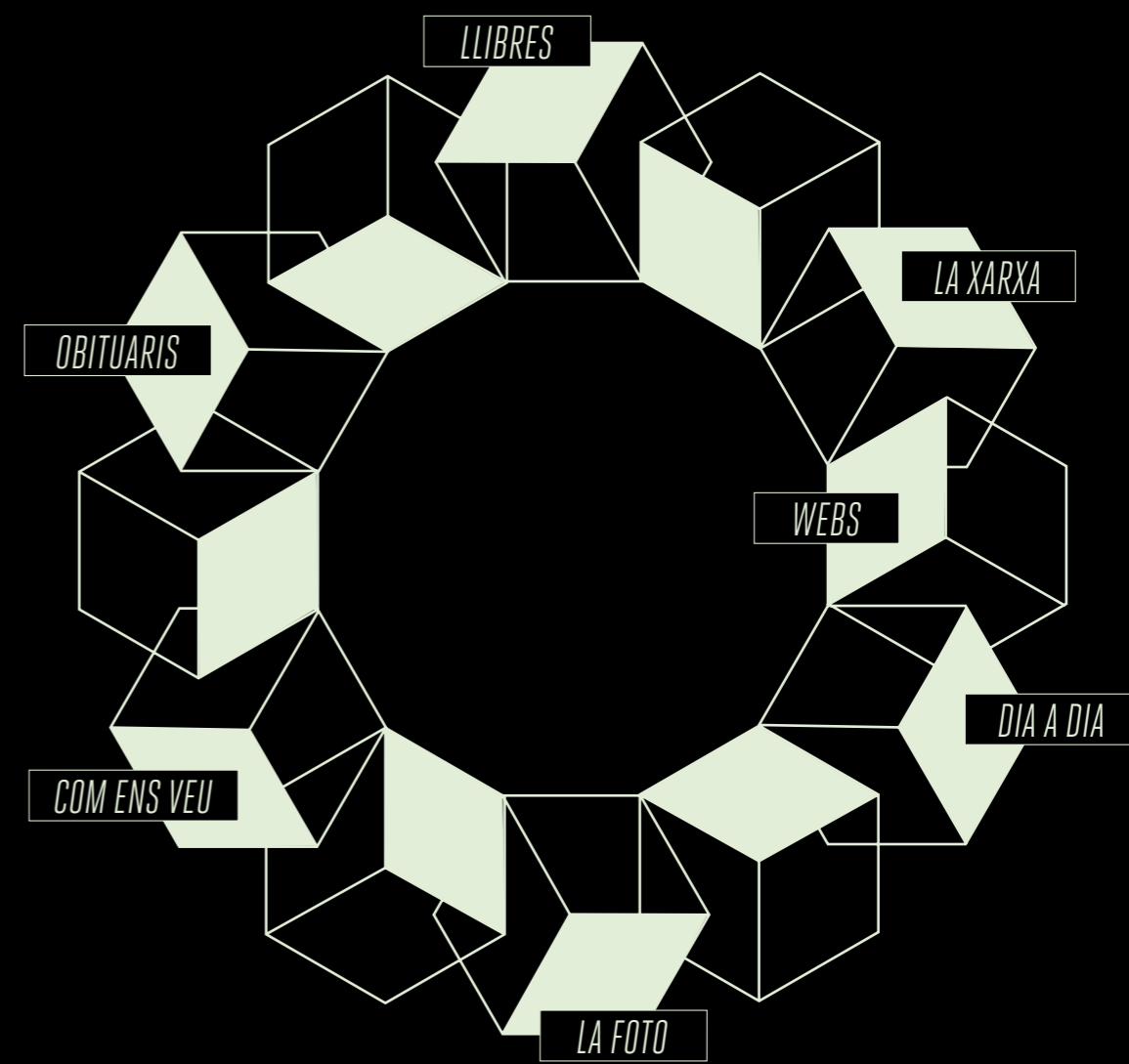
NOUS SERVEIS, MÉS PERIODISME

DEFENSA DE LA PROFESSION
ACREDITACIÓ
CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT
BORSA DE TREBALL
SERVEIS D'ORIENTACIÓ
CENTRE DE DOCUMENTACIÓ MONTSERRAT ROIG
REVISTA 'CAPÇALERA'
REPORT.CAT
SERVEIS COMERCIALS
DISPONIBILITAT DE SALES
GRUPS DE TREBALL
BEQUES I PREMIS
ACTIVITATS
WEB

· Ç ·
3

SECCIONS

RECOMANACIONS I NOTÍCIES AL VOLTANT DEL PERIODISME



CYBER REUTERS

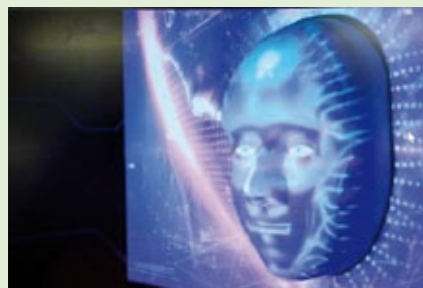
www.reuters.com/article/rpb-cyber/the-cybernetic-newsroom-horses-and-cars-idUSKCN1GO0Z0

L'agència Reuters presenta Lynx Insight, una gran eina d'intel·ligència artificial amb finalitats periòdiques. L'objectiu no és reemplaçar els periodistes, sinó ajudar-los. El sistema farà, per exemple, anàlisis massives de dades econòmiques en recerca d'indicis: preus d'accions en moviment ràpid, canvis estranys en un mercat, etcètera, i n'informarà els periodistes.

TAMARA, UN ROBOT DE DUBAI

<https://english.alarabiya.net/en/webtv/reports/2018/04/04/Meet-Tamara-Al-Arabiya-s-new-robot-journalist.html>

Els Emirats Àrabs tenen un ministre dedicat al tema de la intel·ligència artificial. I la cadena televisiva Al Arabiya, amb seu a Dubai, capital d'aquest país, té un sistema cibernètic anomenat Tamara, amb capacitat per llegir milers de blocs, notícies i informacions, a més de preparar material per als periodistes. En aquest link es pot veure un vídeo.



NOTÍCIES AL GUST IDEOLÒGIC DE CADASCÚ

<https://knowherenews.com/>

Aquest lloc utilitza eines d'intel·ligència artificial i d'aprenentatge automàtic per cobrir les històries més importants del dia i per oferir-ne una versió "imparcial" en la qual ha tret els elements de parcialitat que hi troba. Els components s'agreguen des de diversos punts en línia, són reescrits per un agent informàtic i revisats per editors humans. En alguns casos, Knowhere News ofereix tres versions de la notícia: Left, Right & Impartial.

BLOCKCHAIN I PERIODISME

<https://news.joincivil.com/popula/>
<https://news.joincivil.com/Documented/>

Als Estats Units, la plataforma Civil està construint un sistema amb tecnologia *blockchain* i criptomonedes per poder garantir la independència dels professionals i les aportacions directes i anònimes dels usuaris. Popula i Documented són dues de les primeres capçaleres.

GOOGLE: 300 MILIONS CONTRA LES NOTÍCIES FALSES

<https://blog.google/topics/google-news-initiative/announcing-google-news-initiative/>

Google, que no agrada gens a molts mitjans, tot i que és un gran pont digital entre els usuaris i les notícies, ha anunciat un pla de tres anys per gastar tres-cents milions de dòlars en suport al periodisme de qualitat i per combatre notícies falses. El gegant de les cerques digitals té en marxa el Disinfo Lab i el MediaWise, un projecte d'alfabetització informàtica digital per a joves.



XARXES POLÈMIQUES

www.fastcompany.com/40547818/did-we-create-this-monster-how-twitter-turned-toxic

www.cjr.org/the_new_gatekeepers/facebook-public-broadcasting.php

Ara que Facebook i Twitter estan sota sospita, aquests dos articles són interessants. El primer ("Did we create this monster? How Twitter turned toxic"), analitza els errors de Twitter en afrontar els perills del seu model. El segon, teoritzava sobre com podria ser un Facebook alternatiu, sense escàndols com el de Cambridge Analytica.

TRUMP I ELS MITJANS

<https://mitpress.mit.edu/books/trump-and-media>

Trump and the Media és un estudi de prop de tres-cents pàgines que analitza i contextualitza la guerra entre Trump i els mitjans informatius. Hi surten conceptes com *hiperrealitat informativa*, segons el qual l'estètica de les notícies és més important per al públic que la precisió o la procedència de la notícia.

CENT ANYS DE PERIODISME FRANCÈS

www.acrimed.org/Lire-100-ans-de-journalisme-Une-histoire-du

Aquest estudi, *100 ans de journalisme*, repassa un segle de vida dels sindicats francesos de periodistes i aporta, amb l'ajut de fotografies i dibuixos, una visió global de la lluita per fer que el periodisme tingués estatus de professió i per millorar les condicions de treball i la llibertat d'expressió.

INFOGRAFIA MUNDI

www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=cxOMt7Is3do

Jaume Serra és un infografista de fama internacional i amb una llarga trajectòria professional a *El Periódico*, *La Vanguardia* i *El Mundo*, a més de molts mitjans d'Europa i d'Amèrica. En aquest vídeo reflexiona sobre el seu treball, l'art i el periodisme.

DIVULCAT, CIÈNCIA EN CATALÀ

<http://enciclopedia.cat/divulcat>

Donar a conèixer investigacions, articles científics... i esdevenir una comunitat en què els investigadors i els interessats puguin intercanviar coneixements i inquietuds són els principals eixos d'aquest portal obert i gratuït impulsat per Enciclopèdia Catalana. Entre moltes altres matèries, tracta la física, la biologia, la química, l'astronomia, la informàtica i les matemàtiques.

TENDÈNCIES I CANVIS

TECNOLOGIA, TRANSPARÈNCIA, FEMINITZACIÓ, RECERCA DE NOUS MERCATS I RECUPERACIÓ DE LA CONFIANÇA DEL PÚBLIC SÓN PUNTS EMERGENTS EN LES PREVISIONS SOBRE MITJANS



Les noves tecnologies estan marcant de manera molt profunda els canvis en la professió. Foto: Com Solud

La transparència com una nova frontera, feminització dels mitjans i les notícies, el renovat paper de la televisió ara que imatges i emocions pesen més que textos i arguments, l'augment de la lectura escèptica i, no cal dir-ho, moltes propostes basades en arguments tecnològics (intel·ligència artificial, reporters d'algorismes, noves interfícies, etcètera) són alguns dels punts d'evolució que, segons els experts, tindrà el periodisme en els pròxims temps. Dos referents —el recull d'opinions d'experts organitzat pel Nieman Journalism Lab i l'informe 2018 del Future Today Institute— ens permeten fer un apunt sobre algunes d'aquestes tendències. Són dos enfocaments força diferents, si bé amb punts de contacte.

La proposta del Tech Trends Reports del Future Today Institute parla del que, genèricament, anomena *periodisme computacional*, d'equips d'investigadors i reporters ajudats per eines d'intel·ligència artificial, i de la realitat mixta (noves tecnologies de veu i de visió que canvien la manera d'interactuar amb els usuaris). I també aporta alguns exemples de fenòmens més petits i concrets. Aquests en són alguns exemples:

Vídeo. L'estudi assenyalava els televisors connectats i la transmissió de vídeo via xarxes. Els televisors intel·ligents amb apps de notícies poden arribar a milions d'usuaris. I ara que moltes xarxes socials ofereixen eines de vídeo en directe, els mitjans ja no estan limitats per les llicències tradicionals.

Crowdlearning. Cal aprendre el que realment interessa a la gent. Hi ha dades valuoses amagades en la informació passiva que proporcionen els usuaris quan s'interessen per temes de tota mena. I les redaccions s'hi poden inspirar. Un exemple és quan Google Trends va revelar que els residents del Regne Unit estaven buscant massivament "Què és la UE?" en plena crisi pel Brexit, fins i tot després d'haver votat sortir de la UE.

Notícies i nivells de lectura. La generació automàtica d'informacions per a diferents nivells de comprensió, dedicades a públics diferents, sembla més fàcil que mai amb els elements tecnològics actuals.

Interfícies de veu per a informar. Els ginys que fan d'assistents digitals per veu ja estan a moltes llars del món. Els mitjans tenen una gran oportunitat per utilitzar aquest llenguatge natural per oferir respostes breus a preguntes complicades dels usuaris.

Cerca d'àudio. Els podcasts han quedat com un important vehicle de consum de continguts i notícies. El problema és que continua sent molt difícil cercar dins dels arxius d'àudio. Un grapat d'organitzacions estan treballant per resoldre aquest problema.

Nínxols informatius. Podcasts, butlletins informatius, xats i missatges de text sobre temes puntuals són cada cop més habituals i són una oportunitat per

publicar continguts específics. Cal valorar la lleialtat del públic interessat en temes allunyats de les tendències actuals.

Sense connexió. Els mitjans han de pensar en les nombroses zones rurals i altres parts del món que, tot i l'avenç digital, encara estan fora de connexió. Són un mercat. I empreses com Apple i Google tenen eines per a treballar digitalment en àrees sense accés a dades.

Transparència radical. A mesura que les informacions tenen un rerefons més complex— anàlisi de dades, algorismes, intel·ligència artificial, etcètera—, mitjans i periodistes tenen el deure de revelar com han arribat a les seves conclusions.

La segona font és un recull d'articles demanats pel Nieman Journalism Lab a experts sobre periodisme i mitjans. A continuació, exposo algunes de les frases més interessants i els seus autors. En el lloc web de Nieman hi ha tots els articles:

• "La majoria de marques de mitjans començaran a vendre mercaderies, si ja no ho fan." Jamie Mottram, director desenvolupament de continguts USA TODAY Sports Media Group.

• "El lideratge dels mitjans de comunicació es feminitzarà i les notícies tindran un to més femení". Jennifer Coogan, responsable de Newsela, plataforma que adapta continguts per a estudiants.

• "La televisió, antiga o nova, és el mitjà de l'era en què el text i la raó han estat substituïts per imatges i emocions. Per ser breu i contundent: Trump és només el principi". Hossein Derakhshan, periodista iranià, empresonat entre 2008 i 2014.

• "Creix la lectura escèptica. A diferència de la tecnologia, la cultura canvia lentament. Però quan ho fa, les conseqüències dels canvis es mantenen durant molt de temps". Pablo J. Boczkowski, professor de Comunicació a la Northwestern University.

LINKS

www.niemanlab.org/collection/predictions-2018/
<https://futurtodayinstitute.com/2018-tech-trends-annual-report/>



LA SEMILLA DEL ODI

Mónica G. Prieto i Javier Espinosa | Debate, 2017 | 544 pàgines

L'any 2003, l'Iraq iniciava un descens als inferns. La invasió nord-americana i la posterior ocupació van provocar el col·lapse absolut d'un país fins aquell moment pròsper. La destrucció va ser sistemàtica i la falsedat dels arguments oficials que explicaven la intervenció –l'existència d'armes de destrucció massiva o els lligams de Saddam Hussein amb el gihadisme– confirmaria l'interès per la riquesa petrolera iraquiana. El desastre va provocar que molts iraquians sunnites –laics i baasistes– s'aliessin amb l'ISIS. El terror sectari estava servit. Al llarg de les més de 500 pàgines de reportatges lúcids i rigorosos, els corresponents Mónica G. Prieto i Javier Espinosa fan un retrat minuciós del país entre 2003 i 2013 en el qual apareixen des de l'emboscada i la mort de set agents del CNI a la massacre de la ciutat de Fal-luja; de la consolidació de la insurgència sunnita a l'èxode de les minories; de l'espoli de la capital després de la invasió a l'estratègia mortífera dels cotxes-bomba; de la revolta kurda a l'ascens de Muqtada Al Sadr. La guerra destructora ha trabsalat irreversiblement no només el país, sinó tota la regió. La pregunta que cal fer-se és si aquest era l'objectiu inicial.



CHINA FAST FORWARD

Sergi Vicente | Ediciones Península, 2018 | 380 pàgines

Quan l'autor va aterrar a la Xina, el 2002, per donar classes d'anglès durant tres setmanes poc s'imaginava que la seva estada es perllongaria al llarg de dotze anys, temps suficient per arrelar, formar una família, ampliar els coneixements del país i de l'idioma i, ja corresponent de televisió, recórrer totes les províncies xineses. Sergi Vicente ha estat testimoni d'una de les transformacions econòmiques i socials –que no polítiques– més descomunals de la història. El creixement xinès en els darrers anys ha estat fulminant i abasagador fins plantar cara sense complexos a la potència nord-americana. “A la Xina tot va a càmera ràpida”, diu l'autor. Les seves cròniques de la quotidianitat xinesa mostren el coneixement del territori, de la seva gent i la seva idiosincràsia. Les entrevistes a dissidents, a empresaris d'indústries contaminants, a obrers arribats de llunyanes perifèries, a ciutadans que, de la nit al dia, han passat de la fam a un relatiu benestar es complementen amb les experiències personals que ha viscut el cronista al llarg d'aquests anys. Un llibre imprescindible per a comprendre la Xina d'avui. Una veritable història d'amor i desamor envers un país.



BON DIA, SÓN LES VUIT!

Antoni Bassas | Ediciones Destino, 2018 | 352 pàgines.

Durant catorze anys (1995–2008), Antoni Bassas llevava els seus oients amb aquell ja mític “Bon dia, són les vuit!” des dels micròfons d'El matí de Catalunya Ràdio, l'espai més escoltat en la franja matinal. Han passat deu anys i aquell programa s'ha convertit en un volum de memòries que acaba de guanyar el Premi Josep Pla. “En abordar el llibre em vaig adonar que escrivia la història recent i col·lectiva del país” –diu l'autor. Una crònica, doncs, de la vida política: els canvis de governs, les interioritats dels partits polítics, els atemptats o el canvi en la relació entre Espanya i Catalunya percebuda en la reacció dels oients del programa. El llibre és una classe magistral de periodisme radiofònic: desvela tècniques, trucs i argücies que Bassas utilitzava en les seves entrevistes a, per exemple, tots els presidents haguts i per haver: Pujol, Aznar, Montilla, Maragall, Zapatero... Per les pàgines del llibre, desfilen els professionals que van col·laborar en l'èxit del programa i els excel·lents col·laboradors que mantenien l'audiència: Salvador Panikkar, Emili Teixidor, Carles Capdevila, Francesc Sanuy, Lluís Foix, Pere Portabella... Bassas es reserva unes pàgines per explicar, sense acritud, la seva sortida abrupta, en no renovar-se el seu contracte de la ràdio pública. Un llibre imprescindible per a aquells que estimen la ràdio.

ROMPER EL SILENCIO

Diversos autors | Editors: Alejandro Almazán, Daniela Rea i Emiliano Ruiz (2018) | 272 pàgines



Són vint-i-dos veus esgarrades que criden des de les perifèries de Mèxic: Ciudad Juárez, Saltillo, Zacatecas, Sinaloa, Michoacán, Veracruz... Territori narco. Vint-i-dos cròniques que parlen de la mort, del dolor i de la solitud. I per sobre de tot, plantant impunement, la corrupció endèmica. “Per poder viure i fer periodisme a la frontera sud cal guardar silenci”, escriu la periodista xiapaneca Angeles Mariscal. I és que el silenci ha esdevingut la darrera assegurança de vida per a aquests cronistes del carrer que parlen en nom dels 112 periodistes assassinats en els darrers divuit anys. Aquestes històries ens parlen del company desaparegut o rebentat a trets, de la trucada amenaçant a mitjanit del cap de la zona, de la corrupció policial, de la complicitat lucrativa de les autoritats... Però també són una profunda reflexió sobre l'ofici allà on el narcopoder impera.

PEDROLO CONTRA ELS LÍMITS

Jordi Arbonès i Montull | Pagès editors, 2018 | 176 pàgines



L'any 1980, l'escriptor i prolífic traductor Jordi Arbonès publicava l'estudi més ben documentat i aclaridor de l'obra novel·lística de Manuel de Pedrolo. Enguany, centenari del naixement de l'escriptor, la nova edició d'aquest llibre imprescindible és un bon punt de partida per a commemorar l'Any Pedrolo i descobrir l'univers transgressor i heterodox d'un autor clau de la literatura catalana del segle XX, però menyspreat sovint acadèmicament. Tot i que l'assaig de Jordi Arbonès no recull la darrera producció de Pedrolo –va escriure, posteriorment, tretze novel·les– aquesta edició inclou un pròleg d'Antoni Munné-Jordà que actualitza les absències i descriu la relació epistolara que van mantenir ambdós autors –Arbonès vivia a Buenos Aires– iniciada l'any 1963 i que mostra la laboriosa i rigorosa construcció al llarg dels anys de l'assaig que, finalment, va veure la llum l'any 1980.

PLAN DE CONTENIDOS PARA MEDIOS SOCIALES

Eva Sanagustín | Editorial UOC, 2017 | 108 pàgines



Un pla de continguts és una estratègia de creació i gestió d'informació associat a una marca, empresa, corporació, organització o, fins i tot, un projecte personal. Així, se centra en les publicacions i en detalla gràficament les característiques per precisar quins són els objectius i el rendiment de cada peça publicada en els mitjans socials. Els capítols del llibre segueixen l'estructura d'un pla de continguts, columna per columna, i detalla el procés de l'estratègia fins arribar al darrer capítol, que aborda la medició de resultats mitjançant estadístiques que valoraran les diferents peces previstes en el pla. Quin format és el més apropiat? On distribuïrem aquest contingut per arribar amb eficàcia al públic que busquem? Quan i amb quina freqüència ho publicarem? Quins perfils hi ha implicats en un pla de continguts? Aquesta guia ens en dona les respostes.

ECN 1 RADIO CNT-FAI BARCELONA. LA VOZ DE LA REVOLUCIÓN

Ferran Aisa | Entreambos, 2017 | 734 pàgines.



Durant la Guerra Civil, la ràdio va ser el mitjà fonamental per a la propagació de la propaganda i la informació sobre la tragèdia entre una ciutadania que encara escoltava la ràdio col·lectivament. L'historiador Ferran Aisa ha recollit en aquest volum els textos més destacats de les al·locucions, conferències, entrevistes i reportatges emesos per l'emissora llibertària ECN 1 Radio CNT-FAI entre el setembre de 1936, any del seu sorgiment, i el juny de 1937, després de ser clausurada per les autoritats republicanes. Pels seus micròfons van passar les veus més representatives del moviment anarquista i la cultura llibertària internacional com Rudolf Rocker, Emma Goldman o Camillo Berneri i d'intel·lectuals antifeixistes com León Felipe, H. G. Wells, Rabindranath Tagore, John Dos Passos o Thomas Mann.

ON ERES L'1-0?

Quico Sallés | Rosa dels Vents, 2018 | 144 pàgines



La tardor del 2017 marca una fita ineludible en la història del nostre país que quedarà gravada en la memòria col·lectiva de la ciutadania. Quico Sallés (Barcelona, 1972) reviu en aquesta crònica àgil però estremidora, les diferents emocions del dia que, tot i les càrregues policials, 2.286.217 persones van votar en el referèndum. Sallés repassa els fets viscuts, des del seu punt de vista, entre el divendres 29 de setembre fins a l'aturada de país del 3-O. Al llibre explica què va fer i què va veure durant el referèndum, jornada que va passar primer al seu poble –Sant Joan de Vilatorrada– i després a Barcelona. Sallés treballa al El Món i col·labora al programa *Preguntes Freqüents* de tv3 i a Catalunya Ràdio.

#MOJO. MANUAL DE PERIODISMO MÓVIL

Diversos autors | Instituto RTVE, 2017 | 248 pàgines



El MOJO (*mobile journalism*) ja és amb nosaltres. L'ús i les aplicacions dels telèfons intel·ligents com a eina narrativa són una realitat que ha alterat la manera de difondre imatges i continguts, i que aviat s'integrarà en les redaccions dels mitjans i les produccions audiovisuals. Aquest manual és una recopilació de textos sobre el fenomen dels *smartphones*. La primera part ens explica el procés i la història de com els telèfons mòbils han esdevingut emissors de notícies. La segona part, més tècnica, ens mostra solucions sobre com aportar més qualitat a la imatge i el so, a més de com navegar per la selva de sistemes operatius, softwares i condicions de connexió. El manual és una iniciativa conjunta de l'Instituto de RTVE, l'Observatorio para la Innovación de los Informativos (012) i el Gabinet de Comunicació i Educació de la UAB.

LA CORDA FLUIXA

Manuel Ibáñez Escofet | Editorial Pòrtic, 2017 | 224 pàgines



Els articles que apareixen en aquest volum van veure la llum ja fa gairebé cinquanta anys, anys aquells –els seixanta– d'incerteses i d'equilibris en una dictadura d'obligades concessions. La seva reedició, en ocasió del centenari del seu autor, ens mostra la complexitat d'explicar històries en temps de censures. Els articles d'Ibáñez Escofet publicats al diari carlí *El Correo Catalán* –del qual l'autor va ser promotor de la modernització i la catalanització– conserven tota la frescor i el valor testimonial d'un dels grans del periodisme literari de la segona meitat del segle XX. El llibre inclou un pròleg de Sam Abrams: “M'he passat la vida rescatant autors oblidats, perquè la literatura catalana sigui més plena i diversa”.

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



PER LA LLIBERTAT DE PREMSA

Reporters sense Fronteres (RSF) ha tret un nou àlbum de la col·lecció "100 Fotos per la Llibertat de Premsa", aquest cop amb imatges de la reportera francesa Françoise Huguier. L'àlbum, dedicat a la dona, es troba en venda (9,90€), des del 14 de març, a quasi mil llibreries (entre aquestes La Central, FNAC o La Casa del Libro) i 400 punts de venda de premsa a tot Espanya. A la imatge, una de les fotografies del llibre que Huguier va prendre a Tombuctú (Mali), el 1989.

— • LA FOTO • —

Françoise
Huguier

MARIO DURAN

Mario Duran Arbizu va morir el passat 19 de desembre de 2017 a vuitanta-nou anys d'edat. Periodista veterà de la premsa esportiva, va exercir la seva trajectòria professional a diferents publicacions com *El Mundo Deportivo*, *Tele Expres* i *Dicen*.

JOAN SUBIRÀ

El periodista i sacerdot Joan Subirà Rocamora (Vic, 1930) va morir a Barcelona el 25 de desembre a vuitanta-set anys. Com a sacerdot va col·laborar amb parròquies del Maresme i del Vallès. El 1969 va dirigir a la capital del Vallès Oriental el setmanari *Granollers. Comunitat Cristiana*, on es va iniciar en el periodisme. El 1973 es va treure el títol oficial de periodista. El 23 d'abril de 1976 va publicar la crònica que obriria la portada del primer exemplar de l'*Avui*, on va treballar des d'aquell any fins al 1995. Va escriure molts llibres, com *Capellans en temps de Franco*, (1996), *la Miscel·lània Manuel Bonet i Muixí* (2001) o les memòries *Sóc un zero a l'esquerra. Memòries d'un capellà cap allà i cap aquí* (2012).

JUAN RICARDO

Juan Ricardo Mazo Fernández va morir el passat 26 de desembre de 2017 a vuitanta-cinc anys. Nascut a Madrid el 1932, es va llicenciar en Filosofia i Lletres. Va treballar com a redactor a l'agència EFE (1954-1959) i a l'agència France Presse a París (1960-1964). Posteriorment, va ser corresponsal (1964-1967) i cap de Secció (1967-1980) de *Tele Expres*. Aquest últim càrrec el va compaginar amb la feina de redactor de l'*Hoja del Lunes* de Barcelona (1970-1980).

JOSEP MARIA TEIGNIER

Josep Maria Teignier i Cot va morir el 13 de febrer a setanta-tres anys. Nascut el 1944, va ser un referent de la radiodifusió a la Cerdanya. Als anys seixanta vivia a la Garrotxa i era una de les veus més conegudes de Ràdio Olot, on també era cap de programació. Després tornà a Puigcerdà, on a inici dels vuitanta impulsaria Ràdio Pirineus, emissora que va dirigir fins que es va jubilar, compaginant-ho sempre amb el negoci familiar de decoració. En el moment de la seva mort, col·laborava amb Ràdio Puigcerdà. El 2014 havia participat en la fundació d'aquest mitjà.



Josep Maria Teignier, un referent a la Cerdanya. Foto: Facebook

JOAN CORBERA

Joan Corbera Segura (Granollers, 1972) va morir el 8 de març a quaranta-cinc anys, víctima d'un càncer. Llicenciat en Dret per la Universitat de Navarra i en Periodisme per la UPF, va ser delegat d'Europa Press a Catalunya entre 2007 i 2011. Especialista en informació política econòmica, laboral i d'infraestructures, va ser redactor a Europa Press i *Expansión*, així com director de comunicació de la Cambra de Comerç de Barcelona i del Gran Teatre del Liceu. Va col·laborar amb Ràdio Estel, *El Temps* i *ABC*, entre altres mitjans. Va ser professor de comunicació a l'Abat-Oliba CEU, la URL, la UIC i la UB, i va rebre diferents premis.



Joan Corbera en una imatge d'arxiu. Foto: Grupo BPMO.

LLUÍS OLIVA

Lluís Oliva Vázquez de Novoa (Barcelona, 1955) va morir el 5 d'abril a seixanta-dos anys per culpa d'una malaltia respiratòria. Format en Periodisme als Estats Units, entre 1977 i 1982 va exercir-hi diferents càrrecs així com col·laboracions en premsa i televisió de Califòrnia. El 1982 entrà a treballar com a cap de programes d'Antena 3 Radio a Catalunya, on acabaria sent-ne el director. Va dirigir el grup d'emissores de Catalunya Ràdio entre 1988 i 1995 i, posteriorment, el 1995, es va convertir en director de TV3 i va aconseguir que la cadena es consolidés com un referent per a molts catalans. El 1999 va ser nomenat, durant uns mesos, director general de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (actual CCMA). Des de l'any 2000, era director de la productora audiovisual Imagic.

EUGENI FORCANO

Eugeni Forcano Andreu (Canet de Mar, 1926), un dels grans fotògrafs catalans de la segona meitat del segle XX, va morir el 22 d'abril a noranta-dos anys. Fill d'una família humil de tretze germans, va ser autodidacta. Va començar a fotografiar d'adolescent, però la mort del seu pare va interrompre la seva formació. Es va iniciar, professionalment, a *Destino* on va fer quasi totes les portades entre 1960 i l'inici dels 70. Després, va fer el salt a la fotografia publicitària i de moda, va treballar per a agències com France Press o Dalmas i en les darreres dècades es dedicà a experimentar. Als anys vuitanta es retirà. El 2005, la Virreina li va dedicar una mostra antològica. Va donar part del seu llegat a l'Arxiu Fotogràfic de Barcelona i a l'Arxiu Municipal de Canet de Mar. Guardonat amb la Creu de Sant Jordi, el Premio Nacional de Fotografia o el Ciutat de Barcelona, entre altres, en els darrers anys s'han celebrat diferents exposicions sobre la seva obra.

CENTRE DE FORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT

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

Actualment oferim 4 itineraris formatius:

HABILITATS
PROFSSIONALS
I EMPRENEDORIA

PERIODISME
DIGITAL

COMUNICACIÓ
CORPORATIVA

TÈCNiques DE
COMUNICACIÓ I
PERIODISME

DESEMBRE

1 de desembre

TV3 DENÚNCIA *EL PAÍS*. La cadena pública catalana presenta al jutjat una demanda contra el diari *El País* per l'article —“Una setmana veient TV3”—, publicat el 12 de novembre, que segons TV3 contenia dades falses. L'autor del text, el periodista Íñigo Domínguez, arribava a la conclusió que era un mitjà propagandístic a partir d'una suposada anàlisi del contingut de la programació.

NOUS DIRECTORS ADJUNTS D'EL PERIÒDICO. El director d'*El Periódico*, Enric Hernández, nomena Lluís Mauri i Olga Grau com a nous directors adjunts del diari. Ambdós lideraran un equip que s'encarregarà de planificar, orientar i controlar la qualitat dels continguts en totes les plataformes: digital, paper i xarxes socials.

TV3 I CATALUNYA RÀDIO CRITIQUEN LA JUNTA ELECTORAL. Els consells professionals de TV3 i Catalunya Ràdio consideren que la resolució de la Junta Electoral Central en què prohibeix algunes expressions per referir-se al president Puigdemont i als consellers és una “greu ingerència” en el criteri periodístic de les respectives redaccions.

4 de desembre

CONTRA LES AGRESSIONS AL PERIODISME. Molts professionals es van reunir al Col·legi de Periodistes de Catalunya per parlar sobre la repressió que pateix l'ofici i que cada vegada més està sotmesa a agressions que cal eliminar. El manifest sorgit de la trobada posa en primer pla el problema de la pèrdua d'independència dels professionals de la informació i la denúncia contra les ingerències polítiques, judicials o policials que estan atemptant contra la llibertat d'expressió periodística.



Foto: Ignasi Renom

Els signants del manifest

LES TERTÚLIES DE TV3, LES MÉS PLURALS. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha elaborat un informe sobre les tertúlies televisives en què les dades desmenteixen les acusacions de manca de pluralitat en les tertúlies de TV3, i al mateix temps deixen en evidència les de les cadenes estatals.

5 de desembre

63 ATACS A LA LLIBERTAT D'INFORMACIÓ. L'informe “1-0. Llibertat d'informació a la corda fluixa”, de l'Observatori *Mèdia.cat*, comptabilitza 110 casos de possibles restriccions a les llibertats d'informació o d'expressió en 57 dies. L'informe comprèn el que va passar entre el 6 de setembre (quan el Govern va aprovar la Llei del referèndum) i l'1 de novembre (un mes després de la celebració). De tots els casos documentats, més de la meitat, 63, són a professionals de la informació i mitjans de comunicació.

11 de desembre

EL PAÍS VALENCIÀ RECUPERA LA RÀDIO PÚBLICA. Després de quatre anys de tancament, la ràdio pública valenciana À Punt arrenca les emissions amb 28 hores de continguts setmanals distribuïts en una desena de programes, que es completaran amb espais de música i reposició de programes. De moment, la cadena comença sense informatius.

13 de desembre

TV3 I CATALUNYA RÀDIO, PREMI MURIEL CASALS. Òmnium Cultural atorga el premi Muriel Casals de comunicació a les redaccions dels serveis informatius de TV3 i Catalunya Ràdio. El jurat ha destacat que aquests mitjans de comunicació públics s'han convertit en un referent informatiu “explicant els esdeveniments polítics i socials que ha viscut el país, i fer-ho respectant la pluralitat i plantant cara a les pressions i amenaces d'intervenció política”.



Foto: CCMA

David Bassa, cap d'Informatius de TV3, a l'acte

18 de desembre

SUPORT DEL COL·LEGI ALS ACOMIADATS DE L'SPORT. El Grup Zeta impulsa un expedient de regulació d'ocupació al diari *Sport*, que acomiada 29 treballadors, un 35% del total de la plantilla, segons fonts del comitè d'empresa. Des del Col·legi de Periodistes s'expressa la solidaritat amb els acomiadats a l'hora que es recorda que la lluita contra la precarietat laboral és una feina que interpel·la els professionals com a col·lectiu en la defensa dels valors socials del periodisme.

20 de desembre

MICHAEL ROBINSON, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN. El periodista Michael Robinson rep de mans de la degana, Neus Bonet, i del president del F.C. Barcelona, Josep Maria Bartomeu, el XII Premi Internacional de Periodisme Manuel Vázquez Montalbán, en la modalitat de periodisme esportiu, a l'Auditori 1899 del Camp Nou.

21 de desembre

65 PERIODISTES ASSASSINATS EL 2017. Reporters sense Fronteres indica que 65 periodistes han estat assassinats a tot el món, una reducció d'un 17,7% respecte als 79 del 2016, segons l'Informe Anual 2017. El balanç de RsF també indica que hi ha 326 periodistes empresonats a tot el món, un 6,3% més que el 2016, i comptabilitza 54 periodistes segrestats, dos més que l'any passat.

GENER

5 de gener

DISMINUEIX EL NOMBRE DE PERIODISTES ATURATS. L'informe anual de la professió periodística 2016-2017 conclou que el nombre de professionals de la informació aturats disminueix un 9,54% (de 7.890, l'any 2016, a 7.137, l'any 2017) en el conjunt de l'Estat. A Catalunya la xifra baixa un 17,13% (de 870 a 721), segons les dades proporcionades pel Servei Públic d'Ocupació Estatal.

8 de gener

ALFONS LÓPEZ DONA PART DEL SEU FONS. El dibuixant, periodista i col·legiat Alfons López dona una part del seu fons al Centre de Documentació Montserrat Roig del Col·legi de Periodistes.

AUTÒNOMA, AUTÒNOM, LLANÇA'T!

A BARCELONA T'ESTALVIARÀS FINS A 4.000 € EL PRIMER ANY

L'Ajuntament de Barcelona t'ajuda a pagar les despeses del primer any:

Quotes de la Seguretat Social

Tributs relacionats amb l'inici de l'activitat econòmica

Costos de gestoria i assessorament

Lloguers de locals, despatxos o espais de cotreball

NOVA CONVOCATÒRIA!

Sol·licita el teu ajut durant el mes de maig i fins el 30 de juny del 2018 a:

barcelona.cat/llançat



Ajuntament de Barcelona



El dibuixant Alfons López entrega dotze unitats de revistes i monografies, a més de les col·leccions completes de *Butifarra!* (1975-1980) i *Cul-de-Sac* (1982).

9 de gener

SUPORT ALS PERIODISTES D'INTERVIU I TIEMPO. El Col·legi de Periodistes mostra el seu suport als periodistes de dues revistes de referència com han estat *Interviú* i *Tiempo*. El Grup Zeta ha decidit tancar les capçaleres per "la impossibilitat de seguir sostenint durant més temps les pèrdues".

11 de gener

EL PAÍS, CONDEMNAT A RECTIFICAR. El Jutjat de Primera Instància número 20 de Barcelona condemna *El País* a publicar una rectificació de l'article "Una semana en la burbuja de TV3", publicat el 12 de novembre. TV3 va denunciar el rotatiu perquè incloïa falsedats i inexactituds.

16 de gener

BRAULI DUART, DE NOU PRESIDENT DE LA CCMA. Brauli Duart assumeix de nou les funcions de la presidència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a les quals va renunciar temporalment l'abril de 2016 per motius de salut. El consell de govern ha nomenat Duart vicepresident de la CCMA, ja que el president només el pot designar el Parlament.

22 de gener

ADA COLAU A "L'ALCALDESSA RESPON". El Col·legi de Periodistes acull la tradicional trobada entre col·legiats i l'alcalde de Barcelona per apropar la seva gestió política als professionals de la informació. "L'AlcaldeSSa Respon" és una iniciativa que va començar l'any 1983 amb l'alcalde Pasqual Maragall.



Foto: Ignasi Renom

Ada Colau i Neus Bonet durant l'acte

24 de gener

CELEBRACIÓ DE SANT FRANCESC DE SALES. L'arquebisbat de Barcelona organitza una missa a la Parròquia de Sant Francesc de Sales en record de tots els periodistes col·legiats que han mort durant aquest últim any.

26 de gener

LA JUNTA ELECTORAL MULTA TV3 I CATALUNYA RÀDIO. La Junta Electoral Provincial de Barcelona imposa dues multes a TV3 i dues a Catalunya Ràdio per vulnerar la neutralitat informativa durant la campanya a les eleccions del 21-D. La Junta sanciona TV3 per les cobertures "excessives" de la manifestació de Brussel·les i del concert per la llibertat dels presos polítics, mentre que Catalunya Ràdio és sancionada per dues editorials de Mònica Terribas.

27 de gener

VISITA A L'EXPOSICIÓ D'AGUSTÍ CENTELLES. Els col·legiats visiten l'exposició del fotoperiodista Agustí Centelles al Museu d'Art Jaume Morera de Lleida. El resultat és una crònica fotogràfica que incorpora una nova iconografia de la guerra: carrers desolats, edificis esventrats, tasques de desenrunament, cadàvers afilerats i imatges de dolor. L'exhibició recull una setantena d'imatges del bombardeig que va tenir lloc el 2 de novembre de 1937 a Lleida.



Foto: Demarcació de Lleida

29 de gener

TV3 I CATALUNYA RÀDIO, LES MÉS PLURALS DEL 21D. L'informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) sobre la cobertura de les eleccions al Parlament del 21 de desembre constata que TV3 i Catalunya Ràdio van ser els mitjans que més van igualar el temps de notícia dels diferents partits en les informacions sobre la campanya electoral i també els que van oferir una major diversitat de veus.

31 de gener

IGNASI RIBAS ESTRENA EL "PESSICS DE VIDA". El director de *Regió7*, Marc Ribas, entrevista l'astrònom Ignasi Ribas amb motiu del cicle "Pessics de Vida", que organitzen la Demarcació de la Catalunya Central i el Centre Cultural El Casino de Manresa. L'escriptora i educadora Eva Bach i el periodista Ricard Ustrell són els pròxims protagonistes d'aquestes trobades gratuïtes i obertes al públic.



Foto: Xavier Serrano

Marc Ribas i Ignasi Ribas durant l'acte

FEBRER

7 de febrer

DEBAT SOBRE CORRUPCIÓ I MITJANS. El Col·legi de Periodistes i l'Oficina Antifrau de Catalunya organitzen la Jornada sobre la corrupció i la independència dels mitjans de comunicació per reflexionar sobre la corrupció a Catalunya i a l'estat espanyol. Intervenien Salvador Alsius, Pere Masip, Anna M. Palau i Mònica Terribas amb la moderació de Gemma Nierga.

8 de febrer

CONVOCAT EL PREMI PLANES D'INVESTIGACIÓ. La Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i la Fundació Independència i Progrés convoquen la sisena edició del Premi Josep Maria Planes d'investigació periodística amb l'afany de conservar la memòria del periodista manresà. L'edició d'enguany distingeix el millor treball d'investigació, de denúncia o de sàtira publicat o emès en català durant l'any 2017.

12 de febrer

COMENÇA LA SETMANA DELS RAHOLA. La Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes i la Diputació de Girona organitzen la sisena edició de la Setmana dels Rahola, iniciativa que apropa activitats relacionades amb el món del periodisme i la comunicació a la ciutat de Girona. L'esdeveniment

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 FONDS HISTÒRIC DIGITALITZAT

conclou amb l'entrega dels Premis Carles Rahola de Comunicació Local, que tenen l'objectiu de reconèixer la tasca de la professió periodística a les comarques gironines, a més de fomentar la creativitat informativa i les iniciatives per difondre, recuperar, gestionar o aplegar informació de tipus periodístic en qualsevol aspecte, format, àmbit i estructura.



Foto: Eddy Kelele

Una de les taules de la jornada

ELECCIONS AL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. La Junta de Govern del Col·legi de Periodistes convoca eleccions per elegir el degà i els membres de les Juntes de les demarcacions de Barcelona, Girona, Tarragona, Lleida, Terres de l'Ebre i Catalunya Central. Les eleccions, d'acord amb el que estableixen els Estatuts i el Reglament Intern de Règim Electoral del Col·legi, se celebraran el 12 d'abril.

13 de febrer

DIA MUNDIAL DE LA RÀDIO A LLEIDA. La demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes celebra per tercer any consecutiu el Dia Mundial de la Ràdio amb dotze hores de ràdio en directe. Catorze emissores de Lleida –RNE, Catalunya Ràdio, Cadena COPE, Cadena SER, Onda Cero, UAL, Emun, Alpicat Ràdio, Ràdio Balaguer, Ràdio Ponent, Ràdio Rosselló, Ràdio Les Borges, Ràdio Tàrrrega i Ràdio Seu– emeten en directe part de la programació des de la Sala Alfred Perenya de l'Institut Municipal d'Acció Cultural.



Foto: Montse Palau

La jornada va comptar amb diferents emissions

DESENA EDICIÓ D'“EXPERIÈNCIA DE PERIODISTA”. La demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes presenta la desena edició del cicle de conferències “Experiència de Periodista”. El cicle té com a objectiu que reconeguts professionals dels mitjans de comunicació posin a l'abast del públic la seva visió del món de la comunicació i la vivència personal del procés d'informació pública. Hi participen els periodistes Jordi Borràs, Patrícia Plaja, Jordi Baró i Joan Maria Pou.

MÉS DE QUATRE MILIONS DE RADIOOIENTS. El president del CAC, Roger Loppacher, destaca que la ràdio catalana té actualment una mitjana de 4.015.000 oients. Les emissores RAC1 i Catalunya Ràdio agrupen gairebé 1,7 milions d'oients i són líders d'audiència al territori. A més, Loppacher assenyalava la lluita contra les emissores sense llicència i la digitalització del mitjà com els dos grans reptes de la ràdio.



Foto: Catalunya Ràdio

La ràdio en català no para de guanyar oients

14 de febrer

IV PREMI TERRES DE L'EBRE DE PERIODISME. La demarcació de les Terres de l'Ebre convoca la quarta edició del Premi Terres de l'Ebre de Periodisme amb l'objectiu de reconèixer el millor treball periodístic del 2017. El contingut del treball ha d'estar relacionat amb les Terres de l'Ebre i el premi per al guanyador està dotat amb 1.000 euros.

19 de febrer

EL COL·LEGI, PREMI PANTERA I GASELA. La Junta Executiva de l'Arca de Noè guardona el Col·legi de Periodistes amb els premis Pantera i Gasela 2017, guardons que per primera vegada s'atorguen de manera conjunta. L'associació lúdica-cultural-humorística, que enguany celebra el 90è aniversari, ha decidit lliurar el premi al Col·legi per tal de retre homenatge a tots els periodistes de Catalunya.

22 de febrer

UNA JUTGESSA SEGRESTA FARINA. La jutgessa Alejandra Pontana demana el segrest cautelar del llibre *Farina*, del periodista Nacho Carretero. El llibre aprofundeix en la història del narcotràfic galleg i els suposats vincles amb l'excalde José Alfredo Bea Gondar de la població d'O Grove (Pontevedra). La jutgessa considera que el contingut del llibre i les suposades imprecisions denunciades són suficients per segrestar-lo.

NOVA EDICIÓ DE “LA PREMSA A LES ESCOLES”. El Col·legi de Periodistes i l'Obra Social “La Caixa” posen en marxa la novena edició del programa “La premsa a les escoles” a través d'EduCaixa. Una vintena de col·legiats visitaran setanta centres de tot Catalunya per explicar la funció social dels mitjans de comunicació i fer reflexionar els alumnes sobre les noves formes de comunicació i consum informatiu, com les xarxes socials, i discernir entre la informació veraç i contrastada en temps de *fake news* i postveritats.



Foto: CPC

Una de les sessions de la darrera edició

MARÇ

6 de març

OFF THE RECORD AMB VALTONYC. La demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes organitza una trobada amb el raper mallorquí Josep Miquel Arenas Beltran, més conegut com a Valtonyc. L'artista ha estat condemnat a tres anys i sis mesos de presó per enaltiment del terrorisme i injúries greus a la corona espanyola per les lletres d'algunes de les seves cançons.

7 de març

EL COL·LEGI, AL DIA INTERNACIONAL DE LES DONES. El Col·legi de Periodistes celebra el Dia Internacional de les Dones amb els col·legis professionals de

la Intercol·legial al Pati de Columnes del Col·legi d'Advocacia de Barcelona. La finalitat de l'acte és reivindicar el paper de les dones al llarg de la història, així com el paper de la dona en la vida professional i en els respectius països.

8 de març

“LES PERIODISTES PAREM”. El Col·legi de Periodistes se suma al “Manifest 8M: les periodistes parem”, que dona suport a la vaga general feminista convocada amb motiu del Dia Internacional de les Dones. Més de 6.800 periodistes i professionals de la comunicació signen el document que denuncia els problemes que pateixen les dones, com són l'esclatxa salarial, el sostre de vidre, la precarietat, la inseguretat laboral, l'assetjament sexual i els salaris més baixos.

EL COL·LEGI, PREMI EDELMIRA CALVETÓ. El Col·legi de Periodistes rep el premi Edelmira Calvetó en re-

presentació de totes les dones pioneres del periodisme esportiu. La degana, Neus Bonet, recull el guardó acompanyada de les periodistes Olga Viza, Isabel Bosch, Imma Pedemonte i Mari Carmen Izquierdo. L'entrega del premi forma part de la programació de



Foto: FCB

Bonet i Bartomeu amb la resta de guardonades.

9 de març

NEUS BONET, PREMI FEM TALENT. Els guardons Fem talent premien les persones i les organitzacions que promociónen la igualtat d'oportunitats i el talent femení en la societat basada en el coneixement, en

què el talent és un element clau. Bonet és editora del Cap de setmana a Catalunya Ràdio i ha estat professora de ràdio de la UPF i ha dirigit i presentat diversos programes com *L'aparador* i *El Matí de Catalunya Ràdio*.

13 de març

NOVA JUNTA AL COL·LEGI DE PERIODISTES. La nova Junta de Govern encapçalada per Neus Bonet agafa el relleu després que la Junta Electoral anunciés que la seva candidatura va ser l'única presentada en el procés electoral. Així, Bonet revalida el càrrec que va iniciar l'any 2014 i ho fa acompanyada de Joan Maria Morros, Gemma Nierga, Carles Prats, Mònica Planas, Ismael Nafria, Laia Forés, Francesc Canosa, May Revilla, Xavi Vilà, David Melgarejo, Cristina Salvador, Pipo Serrano, David Badia, Laura Saula i Marc Vicens. La Junta de Govern es formarà també amb els presidents, vicedegans i vocals sorgits de les Juntes de Demarcació i que estan formades per Coia Ballester, Ruth Troyano i Esteve Giralt a Tarragona;



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



El teu suport, avui, alimenta el futur de molts infants



L'educació és una necessitat bàsica per a tots els infants

Al Casal dels Infants ajudem molts nens i joves a superar cada obstacle per difícil que sembli. Els fem costat, a ells i a les seves famílies, els ajudem a l'escola, construïm espais de confiança i seguretat, fan amics, troben referents... perquè tinguin el màxim d'oportunitats i s'esforcin tot el que puguin per tirar endavant.

 **Casal dels Infants**
acció social als barris

Junta de Comerç, 16 | 08001 Barcelona | Tel. 93 317 00 13 - Fax 93 301 16 06 | info@casaldelsinfants.org | www.casaldelsinfants.org

Transferència o ingrés a:

"La Caixa" 2100-3001-62-2500027076 | Catalunya Caixa 2013-0087-16-0200448775

El teu compromís
és clau perquè ho
aconsegueixin!

— • DIA A DIA • —

Joan Ventura, Xevi Masachs i Jordi Grau a Girona; Josep Baubi a les Terres de l'Ebre, Rafael Gimena i Josep Ramon Ribé a Lleida, i Enric Badia i Mar Martí de la demarcació de la Catalunya Central.

15 de març

S'ENTREGUEN ELS PREMIS MILA. S'entreguen el Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere, impulsats per la Paeria i la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes i que enguany arriben a la seva onzena edició. L'acte d'entrega d'aquests guardons, que tenen l'objectiu de fomentar les polítiques de promoció de la dona, té lloc al Saló de Plens de la Paeria. En la categoria de Premsa escrita, excepcionalment, s'han guardonat dos reportatges per la seva gran qualitat, com són *No són sexes, són nenes*, de Maria García, publicat a *El Periódico*, i *Dones gitanes amb veu i en acció*, de Meritxell Rigol, publicat a la *Directa*. També, en la categoria de fotoperiodisme s'ha distingit el reportatge *Las chicas que espantan a*

patadas la pesadilla de Boko Haram, de Tiziana Trotta, publicat a *El País*. Les categories de Mitjans Digitals i Audiovisuals han quedat desertes.



Trotta, Garcia i Rigol, guanyadores d'enguany

Foto: Demarcació de Lleida

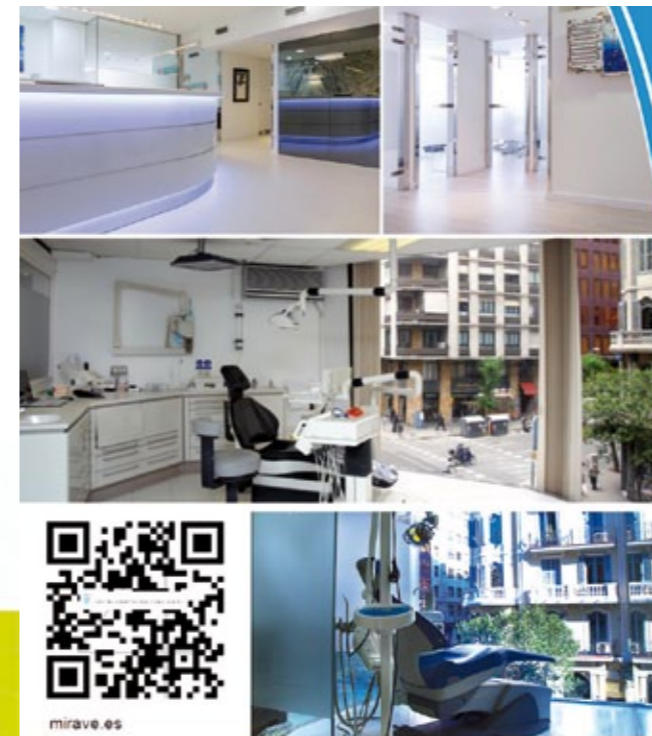
23 de març

EL PERIÓDICO, EN VAGA. El comitè d'empresa d'*El Periódico de Catalunya* convoca una vaga de vuit dies, abans que finalitzi el període de negociacions de

l'expedient de regulació d'ocupació (ERO) que el Grup Zeta va anunciar el passat mes de febrer. La mesura presentada per l'empresa editora del diari planteja acomiadar un total de 177 treballadors del rotatiu, una xifra que equival a un 46% de la massa salarial dels 383 treballadors que conformen les àrees de redacció, administració, sistemes, publicitat i logística del diari.

26 de març

NOVAPRESS EDICIONS COMPRA EL *DIARI DE SABADELL*. Vallesa de Publicacions, empresa editora del *Diari de Sabadell*, tanca finalment un acord amb la companyia Novapress Edicions, liderada pels sabadellencs Marc Basté i Leo Torrecilla, per vendre-li la capçalera. Aquesta operació permet salvar la publicació perquè l'editora havia anunciat al febrer que el diari tancaria el 29 de març.



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 visquin amb ells/es. Acreditació: carnet col·legial del C.P.C.



E08031263

— · COM ENS VEU... CARLOS LLUCH · —



Sabadell
Professional



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

Compte Expansió PRO

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

Bonifiquem la teva quota de col·legiat

10%

de la teva quota de col·legiat màxim 50 euros*.

+ 0

comissions d'administració i manteniment.¹

+ 1%

de devolució dels teus principals rebuts domèstics.²

+ Gratis

targetes de crèdit i de dèbit.³

Truca'ns al 900 500 170, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

* Bonificació del 10% de la quota de col·legiat, associat o agremiat amb un màxim de 50 € per compte amb la quota domiciliada, per a nous clients de captació. La bonificació es realitzarà un únic any per a les quotes domiciliades durant els 12 primers mesos, comptant com a primer mes, el de l'obertura del compte. El pagament es realitzarà en compte el mes següent dels 12 primers mesos.

1. TAE 0%

2. Et tornem, cada mes, l'1% dels teus rebuts domiciliats de llum, gas, telèfon fix, mòbil i Internet (fins a 20 euros bruts al mes, sempre que l'import de la devolució sigui igual o superior a 1 euro). Per això, durant el mes has de fer un mínim de cinc compres amb la targeta de dèbit o crèdit del teu Compte Expansió PRO. I, evidentment, hi pots domiciliar tots els rebuts que vulguis. Nosaltres ens encarreguem de totes les gestions.

3. Gratis targetes de crèdit i dèbit amb el servei Protecció Targetes associat i amb una assegurança d'accidents en viatge de fins a 120.000 euros. Tot, gratuïtament amb el teu Compte Expansió PRO.

Oferta vàlida per a nous comptes oberts des del 24/04/2018 fins al 31/12/2018 amb la domiciliació d'una nova nòmina, pensió o ingrés regular mensual per un import mínim de 700 euros en el Compte Expansió PRO. Se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular. Si tens entre 18 i 29 anys, no cal domiciliar cap ingrés periòdic.

Els titulars d'un Compte Expansió PRO en podran disposar d'un altre d'addicional sense requisits de domiciliació de nòmina, pensió o ingressos mensuals recurrents. I, a més a més, tots els Comptes Professional que vulguis, sense comissió d'administració i de manteniment (rendibilitat Compte Professional: 0% TAE).

Pot fer extensiva aquesta oferta als seus empleats i familiars de primer grau.

sabadellprofessional.com

Captura el codi QR i coneix
la nostra news
'Professional Informa'



A Asisa sabem com cuidar-te

ASISA SALUD

L'assegurança de salut més completa amb:

- Ampli quadre mèdic
- Gran xarxa hospitalària
- Avançats mitjans de diagnòstic i tractament



ASISA DENTAL

L'assegurança dental més completa amb:

- 35 Clíriques Asisa Dental
- Més de 1.800 especialistes
- Avançades tecnologies de diagnòstic i tractament



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

asisa.es
902 010 010

asisa ➔

Sabem com cuidar-te