

# Llibres que són eines per als periodistes

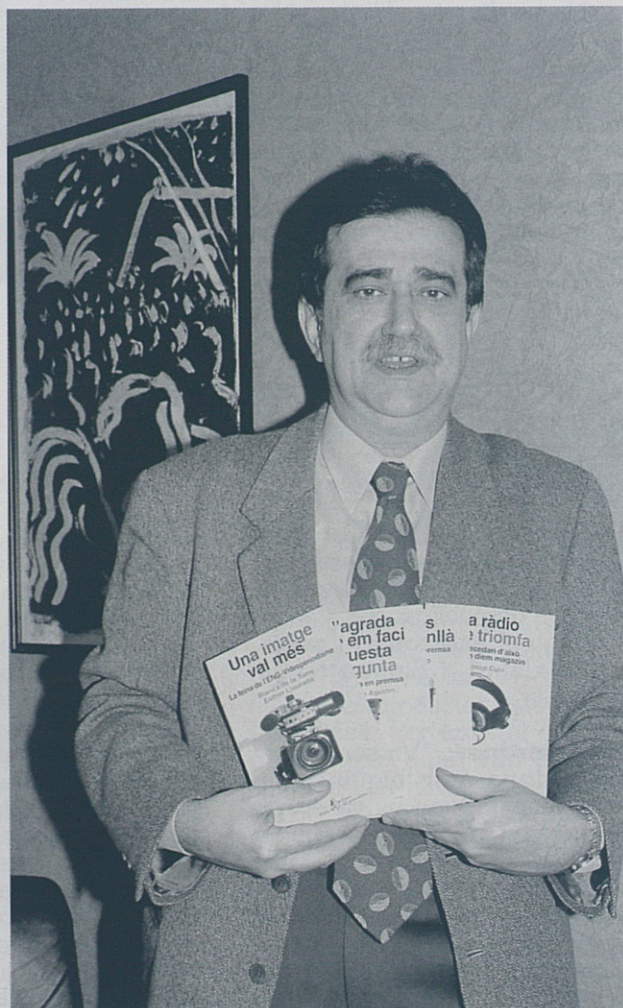
**Una nova col·lecció en què el Col·legi col·labora amb les universitats catalanes**

—Paco Luis del Pino—

Eines de Periodista recull el talent i l'experiència d'aquells professionals que fan del periodisme una raó de vida, i la trajectòria dels quals en l'ofici contribueix a dignificar-lo i enriquir-lo. La col·lecció, que s'ha iniciat amb quatre títols —dels trenta previstos— és el resultat de la col·laboració entre el Col·legi de Periodistes de Catalunya i les universitats Autònoma, Pompeu Fabra i Ramon Llull, i s'adreça a un públic ampli, que abraça des de l'estudiant fins al nou professional, incloent-hi també els periodistes que tinguin interès a conèixer la tasca que realitzen els seus companys en determinats aspectes.

.....

La idea de la col·lecció Eines de Periodista, segons Josep M. Martí, el seu director, va néixer en els debats de la comissió del Cultura del Col·legi, interessada a explorar la possibilitat d'endinsar-se en el camp dels llibres formatius sobre diferents àmbits de la pràctica professional del periodisme en els mitjans de comunicació: "En el seu mo-



ment vaig suggerir que en altres països hi havia aquesta mena de manuals i que eren un èxit, i que havíem d'intentar produir-los a casa nostra i en català. La idea va ser acceptada des del principi i va tenir una gran acollida per part de l'editorial Pòrtic, que ha fet una edició molt acurada". Es tracta d'uns volums essencialment pràctics,

**Josep M. Martí Martí.** Periodista. Doctor en ciències de la informació. Professor titular de comunicació audiovisual de la UAB. Coordinador d'Estudis de 3r cicle del departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la mateixa universitat. Director de Ràdio Barcelona i SER-Catalunya. Coordinador de Programes per a Joves de la UER. President de la Societat Catalana de Comunicació de l'IEC. Secretari general dels premis Ondas. Ha escrit, entre altres, els següents llibres: *Les emissores comarcals a Catalunya* (IORTV, 1982), *Modelos de programación radiofónica* (Feed Back, 1994), *De la programación convencional a las radios de nicho* (El País-Aguilar) i, en col·laboració amb altres autors, *La radio: de la telegrafía sin hilos a los satélites* (Mitre, 1985), *Nuevos formatos de radio en USA* (FdB, 1995) i *La ràdio a Catalunya* (CIC, 1996). Dirigeix la col·lecció Eines de Periodista, que publica l'editorial Pòrtic.

**— Josep M. Martí: "Volíem recollir d'una manera perdurable les reflexions personals i l'experiència dels que més s'han distingit en la seva tasca" —**

perquè el mercat dels llibres teòrics sobre la comunicació social està cobert a bastament per la producció universitària. Segons els responsables de la col·lecció, la millor aportació al panorama editorial és aquest tipus de manuals situats en l'entorn de la producció dels gèneres informatius bàsics, dels programes audiovisuals i, en general, de les diferents activitats vinculades al treball periodístic diari. I s'han escollit professionals en actiu per escriure aquests manuals d'una banda perquè aquest és el perfil exigible en una col·lecció que ha sorgit a l'interior del Col·legi, però sobretot per la raó que explica Josep M. Martí: "Volíem recollir d'una manera perdurable les reflexions personals i l'experiència d'aquells que més s'han distingit en la seva tasca professional. Com a director de la col·lecció i com a lector de llibres he de dir que he tingut l'oportunitat d'experimentar personalment la riquesa de les aportacions fetes pels autors i d'aprendre moltes coses".

### Els reporters

Eugeni Madueño i Bru Rovira han elaborat el primer títol de la col·lecció, *Notícies del més enllà*. *El reporterisme en premsa*, un intel·ligent, pedagògic i divertit assaig dialogat que parteix de la premissa que el reporterisme en principi no és res, i ho és tot. "És el bon periodisme", afirmen els autors, la mirada dels quals —profunda i entrenada després de vint anys de practicar un ofici que colra, mata i enamora— es manifesta a cada pàgina dialogada del seu llibre. No és la primera vegada, i probablement tampoc no serà l'última, que els dos reporters de *La Vanguardia* uneixen les seves voluntats i fam de món per viure junts una experiència de què deixar constància. Ja ho van fer a *35 días en China* (editorial Península), resultat del seu periple l'hivern de 1995 pel país asiàtic, al qual van viatjar amb el propòsit que expliquen: "Anotar el que veiéssim pel camí, passar-nos-ho tan bé com fos possible i deixar al lector els judicis de la raó i els viatges interiors".

Més que un llibre per ensenyar a fer reportatges, *Notícies del més enllà* és una invitació a sentir el gust, el plaer de fer reportatges. I si el periodisme és l'ofici d'explicar i interpretar el que està passant al món, la qual cosa requereix una formació, Bru Rovira creu que "un dels grans defectes del candidat al reporterisme és que separa l'aventura de la part intel·lectual formativa de la persona. El periodista que es desplaça avui dia pel món n'és un analista, i si aquest periodista no sap on va, aleshores l'aventura, per si mateixa, és pur espectacle, no és res, zero. No es pot anar a Bòsnia i no saber qui són els albanesos en profunditat, no haver llegit a tots els millors autors sobre el tema".

Madueño i Rovira han escrit un llibre ple d'amor al periodisme que, sense ànim de pontificar, es basa en la reflexió crítica i pren posició davant la manipulació: "La persona que compra un diari té tot el dret a saber quins són els mòbils de la publicació, quins són els seus interessos i per què dóna importància a unes coses i a no a unes altres". "Crec que ajudem el lector, i no no-



FOTOS: IGNASI G. RENOM

més el periodista, perquè vegi que no tot el que passa en el periodisme és net. I que ara, a final de segle, hi ha molta manipulació i amb moltes formes", explica Bru Rovira. El llibre, que aporta una visió útil i crítica del funcionament general del món informatiu, podria ser una eina també per als professors, segons Madueño, que creu que a les escoles "s'hauria d'ensenyar els xavals a saber llegir la premsa, veure la televisió i escoltar la ràdio, perquè no els venguin la moto. Haurien de saber distingir la publicitat i la manipulació política de la informació". Els dos reporters fan un avís i manifesten un sentiment compartit amb molts periodistes davant el perill que la societat de l'espectacle pugui devorar la societat de la informació. "Es veritat", reconeixen, "que la informació utilitza tècniques de l'espectacle més visible, més consumible, igual que fa la tele, però no podem arribar a un punt en què l'espectacle substitueixi la informació".

En aquest joc entre l'espectacle i la informació, apunta Bru Rovira, és on "hem de modernitzar-nos en certa manera, perquè el periodisme escrit que es feia a *Il Corriere della Sera* l'any 45 o el que va fer Carles Sentís durant el judici de Nuremberg avui dia no té mercat. El periodista d'abans escrivia com Pla: explicava el paisatge, les olors, descrivia la massa humana. Hi ha unes cròniques collonudes de Gaziol sobre la zona balcànica". I Madueño remata: "En aquella època el corresponsal descrivia el que veia per a una gent que s'ho llegia i s'ho imaginava a través de la mirada del reporter, però ara això és absurd: es posa una càmera al davant i ho veus en directe des del sofà de casa".

### L'entrevista en premsa

Arturo San Agustín, entrevistador veterà, reivindica a *M'agrada que em faci aquesta pregunta* la

### Eugeni Madueño Palma.

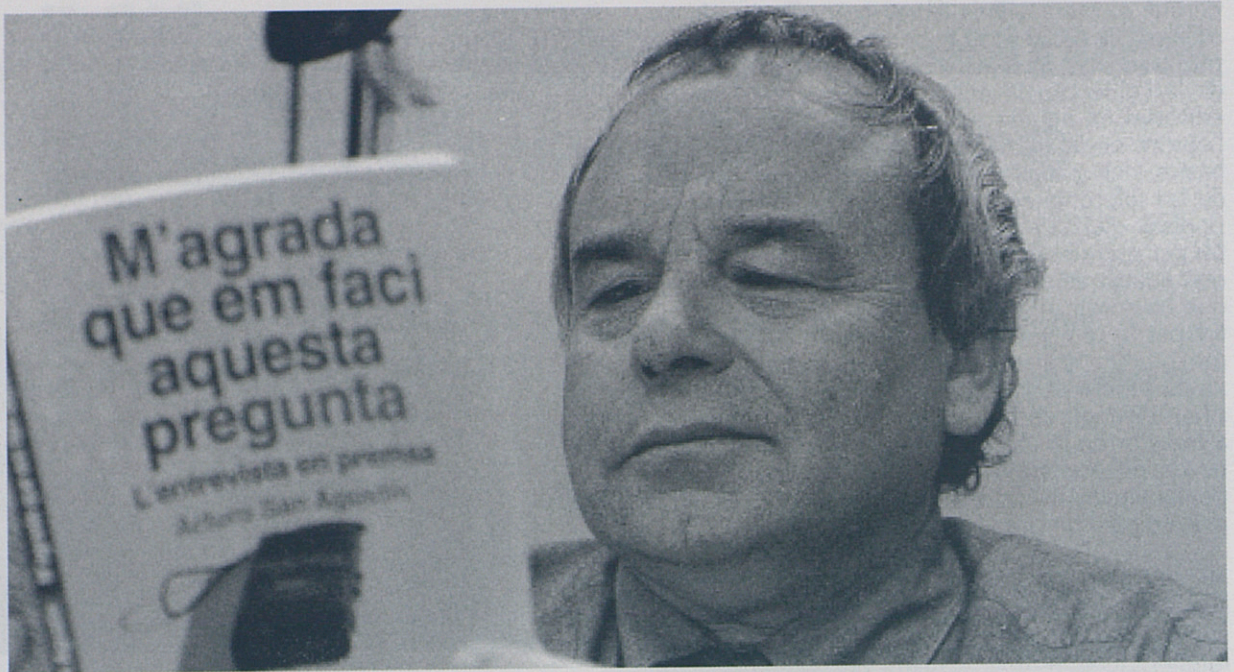
Periodista. Entre 1969 i 1983 va formar part de la revista *Gramma*, de Santa Coloma de Gramenet, on va aprendre tots els papers de l'ofici. Va treballar a *Tele/Expres*, i el 1982 va entrar a *La Vanguardia*, on ha fet de compaginador, informador de política, cap de la primera secció de Societat del diari i reporter. Ha publicat alguns llibres, com una història de *Gramma*, editada pel Col·legi de Periodistes, i un treball sobre la incidència de l'heroïna a Barcelona, a més dels que ha escrit conjuntament amb el seu company i amic Bru Rovira: *Notícies del més enllà* (Pòrtic) i *35 días en China* (Península).

### Bru Rovira i Jarque.

Periodista. El 1974 es va incorporar a la redacció de *Primeras Noticias*, i des de llavors ha treballat ininterrompudament al setmanari *Arreu* i als diaris *Tele/Expres*, *El Noticiero Universal*, *Avui* i, des de 1984, a *La Vanguardia*. En aquest darrer, com a reporter de Societat i del suplement "La Revista", ha tractat tota mena de temes espanyols i catalans, i com a reporter internacional ha escrit sobre la transició a l'Est, amb reportatges sobre Romania, Polònia, ▶▶

— Madueño: "La persona que compra un diari té tot el dret a saber quins són els mòbils de la publicació, quins són els seus interessos" —

**Arturo San Agustín Gara** va treballar com a creatiu en diverses agències de publicitat fins que va decidir provar sort en el periodisme. L'any 1984 va ingressar a la redacció d'*El Periódico*, on continua, i on ha destacat sobretot per les seves entrevistes. Hi publica també articles d'opinió i, durant un temps, un bitllet diari que signava amb el pseudònim de Merlín. L'any 1991 va publicar el llibre *Mamá, quiero ser periodista*.



importància de l'entrevista com a gènere propi, i estableix les bases del que ha de ser una entrevista i del paper de l'entrevistador com a comunicador, i no com a simple instrument de l'entrevistat per donar a conèixer els seus propis interessos. Ple d'afirmacions contundents i d'experiències viscudes que il·lustren el tema amb intel·ligència i en to distès, el llibre destil·la ofici, encara que San Agustín ho minimitzi: "El meu llibret només és una estona parlant en veu alta amb mi mateix. I també una confessió pública del fet que el periodisme em va salvar la vida: em permet conèixer persones que sempre m'ensenyen alguna cosa nova, o alguna de vella, i em segueix divertint". Tot i que pensa que "una estupidesa innecessària és entrevistar un col·lega", i que aquest és un error que va patir en pròpia carn i que no s'ha de cometre mai, es mostra disposat a comunicar amb senzillesa no exempta de bon humor les seves impressions entorn dels manuals, la col·lecció i el futur de l'entrevista: "Suposo que els manuals sempre han estat necessaris i que algunes persones en treuen molt de profit. Escriure un manual deu ser tan difícil que potser per això jo no n'he escrit mai cap; crec que una de les moltes dificultats que plantegen és que no han d'estar cuinats per cap frustrat o frustrada, perquè llavors el resultat és un llibre que ja s'ha escrit moltes vegades". Respecte a Eines de Periodista, Arturo San Agustín creu que un dels encerts de la col·lecció és precisament que els llibres els han escrit professionals en actiu: "Quan un està en actiu es compromet que el que diu s'assembla una mica al que fa. O sigui, que no és que t'examinis, però t'arrisques que et suspenguin, que és un dels drets del lector o lectora. Estar en actiu impedeix, a més, que un comenci escrivint unes reflexions i acabi escrivint una novel·la. O un conte".

Entre els molts i variats destacats referents a l'entrevista, San Agustín defineix el gènere com

"l'art de poder ser rebut", ja que, segons comenta, l'única dificultat que planteja és l'accés. De manera crítica i un xic escèptica, manifesta que actualment també a la premsa escrita comença a practicar-se l'entrevista-fórmula, que consisteix "a imitar l'estil que hagi tingut un cert èxit. És igual què es preguntí". Amb fina ironia i sense menysprear la veritat, opina que l'entrevista és el gènere amb més futur: "Sobretot a Espanya, que és on menys es valora. I no parlo dels lectors i lectores, que en té i molts, sinó d'aquells col·legues directius —bàsicament madrilenys, però no sempre— que contracten les exxícotes dels prínceps per fotografiar-se amb els seus entrevistats fingint que fan preguntes. Aquí, tan aviat com ets *exalguna cosa* et cau una secció o un programa d'entrevistes. Res no té més futur que les coses que es valoren poc i que mai no es van valorar gaire". És a dir, conclou, "que sí, que l'entrevista té a Espanya un gran futur".

### Videoperiodisme

La professió d'ENG-videoperiodista és nova i desconeguda tant pels profans com per molts periodistes d'altres mitjans. Blanca de la Torre i Esther Llauredó han posat la seva experiència i bon fer a explicar en el seu llibre, molt treballat, la figura d'aquest reporter global que és l'ENG, que per la seva versatilitat i virtut multidisciplinària genera controvèrsia, si no desconfiança, entre companys de professió que treballen en seccions d'informació més especialitzades o en àmbits laborals més restringits, com les autores manifesten a *Una imatge val més*. Estan contentes amb els resultats del llibre: "Perquè ha representat una reflexió sobre la nostra feina, i considerem que si té alguna virtut és que és molt pràctic. Hi expliquem coses que no surten als manuals tècnics —que, a

► Bulgària, l'ex-URSS i Albània. Ha viatjat per tota Iugoslàvia durant els anys que ha durat la guerra, i s'ha desplaçat sovint a l'Orient Mitjà, on ha cobert, entre altres conflictes, la Guerra del Golf (des d'Israel) i on ha realitzat reportatges sobre els territoris ocupats i el Kurdistan. A l'Àfrica ha cobert guerres, genocidis i ha escrit sobre la fam. A la Xina va realitzar una sèrie de reportatges que s'han publicat com a llibre, i també n'ha fet per Europa i Amèrica del Sud. Ara acaba d'arribar d'Albània com a enviat especial per la crisi de Kosovo. Té publicats diversos llibres, entre altres *Pau Vila, una biografia oral* (La Campana) i *35 días en China, el despertar del dragón*, amb Eugeni Madueño (Península).

**— San Agustín: "Els manuals no han d'estar cuinats per cap frustrat, perquè llavors el resultat és un llibre que ja s'ha escrit moltes vegades"—**

part que n'hi ha pocs, molts estan desfasats—; donem a conèixer quin és l'entrallat de la nostra professió, no les coses que ja es poden trobar en manuals de realització o de redacció periodística. Tot això neix del nostre treball, per tant aquest llibre és com un curs aplicat de videoperiodisme”.

Blanca de la Torre analitza el paper de les facultats en l'ensenyança d'aquesta nova professió, i atribueix a l'escassetat de llocs de treball i a la limitació de professionals el fet de no poder crear una factoria important de gent que es pugui anar renovant i crear així una professió activa. “Les facultats arrossegueu el mal de la professió: sempre han format les dues disciplines en televisió, la imatge i el text. Sempre han anat per camins diferents i ara costa molt aconseguir que aquests camins convergeixin en un de sol, i que s'ensenyin les mateixes coses al mateix temps. Ara es comença a prendre consciència d'aquesta realitat a les universitats, a les quals si se'ls pot fer alguna crítica és que formen tècnicament molt bé els videoperiodistes, però crec que no hem trobat l'assignatura que sigui l'essència del periodisme, que en el fons és despertar la curiositat i l'amor per la informació”. Segons Esther Llauredó, aconseguir això està en mans de dos tipus de personatges: d'una banda els professors, que han d'inculcar aquest amor, respecte i curiositat per la informació, i de l'altra els mateixos professionals: “Hem de transmetre aquest amor per les notícies, que jo crec que avui dia s'està perdent una mica. La informació cal respectar-la i cuidar-la, i el llibre està esquitxat d'aquesta moral de la informació: hi ha una ètica de la professió que cal transmetre, i hem intentat fer-ho”. Per a les autores, l'important no són els quinze minuts de glòria, tal com recullen en una frase del llibre: “No, per a nosaltres l'important no són aquests quinze minuts o el fet de transmetre des de primera línia de guerra amb les bales xiulant-te a les orelles, sinó el dia a dia, respectant la informació i el ciutadà que la rep. No gastar-te, no ser monòton, en el fons no *afuncionariar-te*: aquest és el repte, superar cada dia la informació fent-la bona i activa. Aquesta és una mica la nostra filosofia”.

Les dues videoperiodistes estan convençudes que l'especialitat que practiquen serà la figura del futur en els informatius de televisió, perquè, cada dia més, la tecnologia permet una més gran polivalència. “L'ENG acabarà sortint sol, no en parelles com fem a TV3 actualment”, comenten. “La mirada única: una càmera, un ull, una visió. Les coses van una mica per aquí. Una altra cosa que ens sembla molt interessant de ressaltar és que al videoperiodisme hi ha moltes dones; la dona té una concepció pluridisciplinària del temps, i el videoperiodisme és això: fer dues o tres coses alhora”.

Blanca de la Torre i Esther Llauredó confessen que han treballat dur en la confecció del llibre, però a l'uníson i sempre amb la millor entesa. Entesa i amistat que va començar durant la Guerra del Golf, on van coincidir més d'un mes a Israel com a enviades especials cobrint el conflicte. De comú acord dediquen *Una imatge val més* a la gent que comença: “I esperem que els despertis el cuc i els transmeti el valor que té per a nosal-



tres la informació, i una mica la responsabilitat que adquireix un periodista quan exerceix la seva professió, que és molt important”.

### La ràdio que triomfa

A *L'abecedari d'això que en diem magazín*, Josep Cuní ens aclareix les peculiaritats d'aquest gènere periodístic que triomfa a les nostres ràdios. El llibre, que analitza també les claus de l'èxit d'un magazín, les particularitats dels seus microespais i les dels seus protagonistes, personatges mediàtics que capturen audiència, és sobretot una oportunitat per xerrar obertament amb un dels professionals més ben dotats i considerats a la radiodifusió d'aquest país. Crític i directe, Cuní manifesta la seva preocupació pel moment actual, que considera de “gran confusió periodística”, on la recerca permanent d'un forat per fer-se un lloc professional, per guanyar una plaça laboral —“perquè ens hem especialitzat potser massa”— fa perdre de vista què s'està fent, i sobretot per a qui: “És evident que un periodista treballa per als seus lectors, oients o espectadors, però de vegades tinc la impressió que nosaltres, i m'hi incloc, pensem més en els nostres empresaris, mitjans i companys, en els nostres referents informatius, barrejant conceptes, pensant que els nostres clients són els nostres anunciant, i no els nostres oients”. En el llibre, Josep Cuní incideix en la teoria que ja va presentar al congrés de ràdio de fa dos anys: en la seva opinió, des de la teoria de la comunicació se segueixen mantenint uns conceptes que la realitat pràctica dels magazins i de la ràdio actual ja han superat amb escreix. “I la prova que això està deixat de la mà de la universitat és que no hi ha cap bibliografia al respecte, i aquí és on jo he volgut aportar el meu punt de vista”, manté el periodista, segons el qual en aquest país les definicions d'un magazín de ràdio tenen vint-i-cinc anys, i són purament adaptacions anglosaxo-

**Blanca de la Torre.** Llicenciada en ciències de la informació (periodisme) per la UAB el 1995. Després de formar-se en diverses ràdios locals, va començar a treballar com a periodista a Catalunya Ràdio el 1983, a les seccions d'Internacional i Espanya. El 1986 va entrar com a reportera ENG a TV3, on ha fet informació local i internacional per a diferents programes de reportatges (“Trossos”, “Actual”, “30 minuts” i “Vides privades”) i ha format part de l'equip de periodistes d'investigació de la redacció.

**Esther Llauredó Boada.** Llicenciada en ciències de la informació (periodisme) per la UAB el 1990. Va començar com a periodista a la secció d'Internacional del diari *Avui*, però la major part de la seva carrera professional l'ha desenvolupat a TV3, on va entrar l'agost del 1990. Des de llavors hi treballa com a reportera ENG d'informatius diaris, amb alguna incursió en programes de reportatges, com “30 minuts”. La seva feina habitual té lloc a Catalunya, però també ha cobert importants fets informatius de caràcter internacional, com la Guerra del Golf des de Bagdad i Israel.

— Blanca de la Torre: “A la universitat no hem trobat l'assignatura que és l'essència del periodisme: la curiositat i l'amor per la informació”—

**Josep Cuní i Llaudet.** Periodista. Després de passar per l'escola de Ràdio Joventut, va treballar a Ràdio Terrassa, Ràdio Barcelona i Catalunya Ràdio. Des de 1995 dirigeix i presenta "Els matins amb Josep Cuní", a COM Ràdio. Ha obtingut diversos guardons: quatre premis Ondas —el darrer el novembre de 1998, com a productor del programa "García Lorca: la resurrecció", radiat per diverses emissores de Catalunya i de la resta de l'Estat—, dos premis Avui, l'Òmnium Cultural, el Ciutat de Barcelona, el Ciutat d'Hospitalet, el de l'Institut Català del Consum i el de l'Associació de Professionals de Ràdio i Televisió, entre altres. Actualment i també des de 1995 és articulista de *La Vanguardia*. Anteriorment havia col·laborat a *El Periódico* i a l'*Avui*. Com a periodista també ha escrit articles per a setmanaris i revistes, i ha col·laborat en diferents cadenes de televisió, amb especial vinculació a TV3 i el Canal 33 (1989-1994). En l'àmbit acadèmic ha estat director del màster de periodisme Columbia University/Universitat de Barcelona (1988) i professor de la facultat de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra.



nes que no s'ajusten en absolut al que avui s'escolta sintonitzant la ràdio: "Això té una derivació terrible. El recent *Diccionari de la llengua catalana* editat per l'Institut d'Estudis Catalans conté definicions del magazin absolutament desajustades amb la realitat, i és curiós, són d'origen anglosaxó i s'ajusten al model de magazin que se segueix fent a la ràdio anglosaxona, però que a Catalunya i Espanya no es fa com a mínim des de fa dos decennis. I una cosa que mou, només a Catalunya, més de tres milions d'oients cada matí, ningú no s'ha preocupat d'estudiar-la, ni de corregir-ne les definicions que consten als manuals i diccionaris generals de ràdio de fa vint anys. Com a mínim, és curiós!".

Cuní sosté que el seu tipus de magazin, especialment el que realitza els matins, és propi de Barcelona, on va néixer i amb els anys es va estendre per tot Espanya, i que a cap altre país europeu occidental proper s'està fent amb el mateix concepte. Aquest magazin no s'ha de definir com un programa d'entreteniment, perquè avui dia és un espai informatiu: "Hi ha una teoria de la comunicació anomenada 'teoria de la dependència' que diu clarament que per la via de l'entreteniment es pot arribar a entendre i a saber, ergo, a conèixer i a informar-se sobre moltíssimes coses". També exposa que, al seu entendre, l'intent d'ajudar a conscienciar sobre determinats temes s'està "desdibuixant" en el món de la ràdio: "I és que la voluntat, i alhora la necessitat —que em sembla bé— de distensió, de naturalitat, d'espontaneïtat, ens està portant a la frivolitat d'una manera absolutament desmesura-

da. I és clar, una cosa és ser natural i espontani, ser amè i un mateix, i una altra cosa és 'Sóc aquí perquè he vingut, aquí la meua boqueta d'or i parlo perquè em dona la gana', perquè llavors, és clar, se senten unes burrades...". A Cuní el preocupa i l'irrita que el tractament de moltes notícies importants s'enfoqui des d'una suposada frivolitat, i reivindica un sa escepticisme davant de certes notícies, que no s'haurien d'emetre sense haver-se comprovat abans tant com sigui possible: "En aquest moment la ràdio, que és abans que res immediata, cosa que la tecnologia li facilita encara més, el que necessita és tenir davant dels micròfons uns professionals que, malgrat la immediata, com a mínim dubtin del que la celeritat de la via informàtica els facilita. Per què hem convertit la paraula d'agència en paraula de Déu?".

Josep Cuní és partidari de potenciar una autoreflexió col·lectiva dels periodistes i de debatre en profunditat tot allò que els col·legues titllen de problemàtic: "Que ja comença a ser hora! Perquè joestic a favor de denunciar la quantitat de col·legues que no tenen feina, els estudiants que surten de la universitat i no tenen on caure morts, els problemes de la limitació progressiva de la llibertat d'expressió... Joestic encantat de denunciar tot això, però ¿i si comencéssim també, tots els que estem en actiu, a autoanalitzar què fem amb els missatges que rebem, i com els donem, i a valorar-los i fer una anàlisi global...? És que realment estem tan satisfets amb el que fem i ho fem tan bé que no necessitem una reflexió?" ●

**— Josep Cuní: "A vegades barregem conceptes, i pensem que els nostres clients són els nostres anunciants, i no els nostres oients" —**