

LA MANIPULACIÓ DEL GOVERN A LA POBLACIÓ A TRAVÉS DEL PERIODISME



Jana Bosacoma I Gabandé - 2n BAT B
Tutor de TdR: Ivan Güell
Escola Vedruna Girona
7 Octubre 2025

0. ABSTRACT

Este trabajo analiza la relación entre el periodismo y los gobiernos, con especial atención a cómo la información puede ser utilizada como herramienta de manipulación política. La investigación muestra que, aunque el periodismo debería tener una función informativa e independiente, muchos gobiernos aprovechan su poder sobre los medios para influir en la opinión pública de manera indirecta. El estudio identifica diversos mecanismos de manipulación, como el control de los medios de comunicación, la selección y el silencio de noticias, el uso del lenguaje para construir discursos oficiales y la influencia de las redes sociales como canales masivos de propagación de mensajes.

Mediante el análisis de noticias, la recopilación de casos reales y entrevistas con periodistas, políticos y expertos en fake news, se comprueba que estas estrategias de manipulación no son evidentes a simple vista, pero tienen un impacto significativo sobre la percepción de la realidad y el comportamiento de los ciudadanos. También se analizan ejemplos concretos a nivel nacional e internacional, demostrando que la manipulación mediática es un fenómeno global que adopta formas diferentes según el contexto político y cultural.

Las conclusiones del trabajo indican que es posible identificar patrones de manipulación y que la combinación de control informativo, agenda-setting y gatekeeping permite a los gobiernos influir sutilmente en la sociedad. Asimismo, se destaca la importancia del pensamiento crítico y de la conciencia mediática entre la población como herramienta para resistir la influencia manipuladora. Este trabajo contribuye a comprender mejor la dinámica entre periodismo, poder político y ciudadanía.

This research analyzes the relationship between journalism and governments, with a particular focus on how information can be used as a tool for political manipulation. The study shows that, although journalism should serve an informative and independent function, many governments use their power over the media to indirectly influence public opinion. The study identifies various mechanisms of manipulation, such as control of the media, selection and silence of news, the use of language to construct official discourses, and the influence of social media as mass channels for spreading messages.

Through news analysis, the compilation of real cases, and interviews with journalists, politicians, and fake news experts, it is clear that these manipulation strategies are not obvious at first view, but they have a significant impact on citizens' perception of reality and behavior. Specific examples at the national and international levels are also analyzed, demonstrating that media manipulation is a global phenomenon that takes different forms depending on the political and cultural context.

The conclusions of the study indicate that it is possible to identify manipulation models and that the combination of information control, agenda-setting, and gatekeeping allows governments to subtly influence society. It also highlights the importance of critical thinking and media awareness among the population as a tool to resist manipulative influence. This study contributes to a better understanding of the dynamics between journalism, political power, and citizenship.

1. AGRAÏMENTS

En aquest espai vull reconèixer l'ajuda i la paciència de totes les persones que m'han guiat i motivat durant la realització d'aquest treball.

Començant per la meva mare, que en tot moment m'ha recolzat i animat a no rendir-me. Sense la seva ajuda aquest treball no estaria acabat. També vull fer una menció especial cap a en Carles pel seu suport i suggeriments.

També vull agrair a tots els familiars i amics, sobretot a les meves amigues més properes: Mariona, Flora, Maria i Laura, que m'han animat diàriament amb els seus afalacs constants cap al meu treball i a més m'han ajudat amb la difusió del formulari.

M'agradaria expressar el meu agraïment al meu tutor de TdR, Ivan Güell, per la seva ajuda constant durant tot el procés, per seguir el desenvolupament del treball, proporcionar-me idees valuoses i ajudar-me a millorar molts aspectes del mateix.

També vull agrair a totes les persones que em van permetre fer una breu entrevista, aportant informació clau per al meu estudi. A nivell personal, m'ha semblat fascinant poder entrevistar a gent d'aquest àmbit. Especialment, m'agradaria agrair a Mònica Sales, diputada del Parlament de Catalunya. Tot i que les agendes no van quadrar, agraeixo la seva proposta de fer una entrevista presencial al Parlament de Catalunya.

ÍNDEX

0. ABSTRACT	3
1. AGRAÏMENTS	6
2. INTRODUCCIÓ	10
3. PILARS DEL PERIODISME I LA SEVA RELACIÓ AMB EL PODER	14
3.1 QUÈ ÉS EL PERIODISME I QUINA FUNCIÓ HAURIA DE TENIR?	15
3.1.1 ORIGEN I EVOLUCIÓ DEL PERIODISME	17
3.1.2 FUNCIÓ INFORMATIVA VS FUNCIÓ IDEOLÒGICA	28
3.2 LA MANIPULACIÓ DE LA INFORMACIÓ	31
3.2.1 NOTÍCIES FALSES I POSTVERITAT	33
3.2.2 PROPAGANDA VS INFORMACIÓ	36
3.3 LA RELACIÓ ENTRE MITJANS DE COMUNICACIÓ I PODER POLÍTIC	39
3.3.1 EVOLUCIÓ HISTÒRICA DE LA RELACIÓ ENTRE MITJANS I PODER POLÍTIC	41
3.3.2 MITJANS PÚBLICS VS PRIVATS	42
3.3.3 CENSURA I AUTOCENSURA	44
3.3.4 CONSEQÜÈNCIES SOCIALS DE LA MANIPULACIÓ	46
4. ESTRATÈGIES DE MANIPULACIÓ UTILITZADES PELS GOVERNS	48
4.1 CONTROL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	49
4.1.1 FINANÇAMENT PÚBLIC	51
4.1.2 NOMENAMENTS POLÍTICS EN DIRECCIONS EDITORIALS	53
4.2 CREACIÓ DE DISCURSOS OFICIALS	55
4.2.1 L'ÚS DEL LLENGUATGE	57
4.2.2 RODES DE PREMSA, COMPAREIXENCES I FILTRACIONS CONTROLADES	59
4.3 EL PODER DE L'AGENDA-SETTING I EL GATEKEEPING	61
4.3.1 QUÈ ES DIU I QUÈ NO	62
4.3.2 COM ES PRESENTA LA INFORMACIÓ	63
4.4 XARXES SOCIALS NOVA EINA DE MANIPULACIÓ MASSIVA	65
5. PART PRÀCTICA	67
6. CLASSIFICACIÓ MUNDIAL	68
7. RECOPIACIÓ DE FAKE NEWS	74
8. POSICIONAMENT	76
9. ENQUESTES	79
9.1 ENTREVISTA A EMPRESARI	80
9.1.1 ENTREVISTA A EDUARD VIDAL	81
9.2 ENTREVISTA A CAP DE PREMSA	86
9.2.1 ENTREVISTA A OT MANRESA	87
9.3 ENTREVISTA A EXPERT EN FAKE NEWS	93
9.3.1 ENTREVISTA A MARC ARGEMÍ	94
9.4 ENTREVISTA A PERIODISTES	106
9.4.1 ENTREVISTA A AIDA BAO	107
9.4.2 ENTREVISTA A CATERINA KARMANY	117

9.4.3 ENTREVISTA A ESPARTAC PERAN	126
9.4.4 ENTREVISTA A XAVI CORAL	132
9.4.5 ENTREVISTA A XAVIER GRASSET	143
9.4.6 ENTREVISTA A JOEL DÍAZ	147
9.4.7 ENTREVISTA A JAIME SANTIRSO	150
9.5 ENTREVISTA A POLÍTICS	156
9.5.1 ENTREVISTA A NON CASADEVALL	157
9.5.2 ENTREVISTA A XAVIER GARCIA ALBIOL	161
9.5.3 ENTREVISTA A POLÍTIC	165
9.5.4 ENTREVISTA A POLÍTICA	169
9.5.5 ENTREVISTA A ARTUR MAS	173
9.5.6 ENTREVISTA A CARLES PUIGDEMONT	178
9.5.7 ENTREVISTA A SALVADOR ILLA	189
9.6 ENQUESTA A POBLACIÓ	195
10. COMPARACIÓ SEGONS MITJANS	214
10.1 COMPARACIÓ IMATGES	215
10.2 COMPARACIÓ NOTICIA	218
11. CASOS PRÀCTICS DE MANIPULACIÓ MEDIÀTICA	220
11.1 ESTUDI DE CAS A ESPANYA I CATALUNYA	221
11.2 ESTUDI DE CAS INTERNACIONAL	224
11.3 ESTUDI DE CASOS EXTREMS DE MANIPULACIÓ EN EL CONTEXT D'UNA GUERRA	225
12. CONCLUSIONS	227
13. BIBLIOGRAFIA I FONTS D'INTERÈS	230

2. INTRODUCCIÓ

Vull analitzar la relació entre el periodisme i el govern, centrant-me especialment en com el poder polític pot influir en la informació que arriba a la ciutadania. L'objectiu és entendre fins a quin punt els mitjans de comunicació actuen com a eines d'informació o de manipulació, i quines estratègies s'utilitzen per condicionar l'opinió pública.

Em proposo investigar com els governs, directament o indirectament, influeixen en el periodisme i en la manera com es presenten les notícies. Per fer-ho, analitzaré diferents casos concrets, estudis o exemples reals on s'hagi detectat manipulació informativa. També recopilaré desinformacions i les analitzaré. Demostraré els enfocaments d'una mateixa notícia segons el mitjà, i el poder que hi juga la imatge, a més explicaré la ideologia de cada mitjà. Analitzaré un rànding mundial i entrevistaré a professionals del sector. La meua investigació combinarà fonts teòriques amb exemples pràctics i anàlisis de notícies reals.

El meu tema de recerca tracta sobre la influència que exerceixen els governs sobre els mitjans de comunicació i com aquests poden utilitzar el periodisme per manipular l'opinió pública. He triat aquest tema perquè mostra com la informació pot ser feta servir com a eina de poder. El títol reflecteix aquesta idea: la relació entre el periodisme i el govern i els mecanismes de manipulació que afecten la manera com la població percep la realitat.

Des de sempre m'ha interessat què s'amaga darrere el periodisme. Durant els darrers anys la meua curiositat respecte a la política ha incrementat, especialment, pel que fa a amb la seva relació amb la societat. És per això que relacionant els conceptes, vaig arribar a la idea d'aquest treball. M'interessa saber fins a quin punt els mitjans de comunicació actuen com a eines de manipulació, i fins a on poden arribar a influenciar-nos.

Aquest tema té un interès objectiu perquè permet analitzar com els governs poden influir en els mitjans i en la informació que rep la societat. Analitzar com els governs

poden influir en els mitjans ajuda a comprendre els mecanismes de manipulació de la informació i els efectes sobre la societat. Aquest enfocament contribueix a entendre millor la dinàmica entre periodisme, govern i opinió pública.

Al principi, el tema era molt ampli, ja que podia incloure qualsevol aspecte del periodisme o la política. Per acotar-lo, vaig decidir centrar-me en la manipulació de la informació pel govern a través dels mitjans. Aquesta decisió es va prendre per poder analitzar casos concrets, fent l'estudi més concret i profund. També vaig optar per combinar teoria i exemples pràctics, per entendre millor com es posa en pràctica la influència política sobre la informació i quins efectes té sobre la societat.

El meu objectiu general és analitzar la relació entre el periodisme i el govern, centrant-me en com els mitjans poden ser utilitzats per influir en l'opinió pública i manipular la informació. De manera més concreta volia identificar els principals mecanismes de manipulació fets servir pels governs a través dels mitjans, analitzar exemples reals de notícies o informació manipulada per comprovar com s'apliquen aquests mecanismes, reflexionar sobre l'impacte de la manipulació mediàtica en la societat i en la percepció de la realitat i finalment comprendre la importància del pensament crític davant la informació que rep la ciutadania.

La meua hipòtesi principal és que els governs utilitzen tècniques a través dels mitjans per influir en l'opinió pública, i d'aquesta manera mantenir el poder. Crec que les persones, davant de la influència, no podem fer-hi res, ja que aquests biaixos crec que tenen una complexitat elevada.

Per dur a terme aquest treball, seguiré una metodologia basada en la recopilació i l'anàlisi de diferents tipus d'informació. Principalment, utilitzaré:

- Recerca bibliogràfica i documental: Llegiré llibres, articles i informes sobre comunicació, periodisme i manipulació mediàtica.

- Anàlisi de mitjans: revisaré notícies i reportatges per identificar exemples de manipulació de la informació.
- Comparació: observaré com diferents mitjans presenten la mateixa notícia i analitzaré les estratègies de selecció i interpretació de la informació.
- Recopilació de dades i entrevistes: recopilaré casos i exemples que il·lustrin els exemples de manipulació i la seva aplicació pràctica, a més contactaré amb professionals del sector.

L'objectiu de la meua metodologia és combinar teoria i exemples pràctics per entendre millor com els governs poden influir en els mitjans i en la percepció de la societat.

El treball està organitzat en diverses parts que permeten analitzar de manera completa la relació entre periodisme i govern, així com els mecanismes de manipulació de la informació.

Abstract, Introducció i Agraïments – Presenten els objectius, el tema, la metodologia del treball, a més de la justificació del seu plantejament i els agraïments.

Tema 3 – Pilars del periodisme i la seva relació amb el poder: Explica què és el periodisme, la seva funció informativa i ideològica, i com es poden produir manipulacions com les notícies falses i la propaganda. També analitza la relació històrica i actual entre mitjans i poder polític, incloent-hi censura i efectes socials.

Tema 4 – Estratègies de manipulació utilitzades pels governs: Descriu els mecanismes concrets de control, com el finançament públic, els nomenaments polítics, la creació de discursos oficials, l'ús de l'*agenda-setting* i el *gatekeeping*, i l'impacte de les xarxes socials.

Temes 6 i 7 – Classificació mundial i recopilació de *fake news*: Mostren exemples pràctics i dades concretes que il·lustren la manipulació mediàtica en diferents contextos.

Temes 8 i 9 – Posicionament, enquestes i entrevistes: Presenten dades recollides a través de l'opinió de ciutadans, periodistes i polítics per contrastar i enriquir l'anàlisi teòrica.

Tema 10 – Comparació segons mitjans: Examina com diferents mitjans presenten la informació i com això influeix en la percepció pública.

Tema 11 – Casos pràctics de manipulació mediàtica: Inclou estudis de cas a Espanya, Catalunya i en l'àmbit internacional, així com exemples extrems en contextos de conflicte.

A més, el treball inclou dades recollides, enquestes i transcripcions d'entrevistes, que permeten aprofundir en l'anàlisi i validar les conclusions. Aquesta estructura facilita un recorregut progressiu: des de la teoria i els conceptes bàsics fins a l'anàlisi pràctica i l'estudi de casos concrets.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - I*. Panarea Digital.

3. PILARS DEL PERIODISME I LA SEVA RELACIÓ AMB EL PODER

En aquest apartat analitzaré què és el periodisme i quina funció hauria de tenir dins una societat democràtica com la nostra, en veurem l'origen i les diferències entre la funció informativa i la ideològica. Tot seguit veurem com es manipula la informació, parlarem sobre les *fake news* i la postveritat; Acabarem diferenciant la propaganda de la informació. També s'analitzarà la relació entre els mitjans de comunicació i el poder polític, l'evolució històrica d'aquesta relació, les diferències entre els mitjans públics i els privats, la censura i l'autocensura i finalment les conseqüències socials d'aquesta manipulació.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - 1*. Panarea Digital.

3.1 QUÈ ÉS EL PERIODISME I QUINA FUNCIO HAURIA DE TENIR?

El periodisme és el mitjà pel qual la població estem informats del que passa al nostre entorn, ja que aquest recopila, investiga, verifica i difon informació relativa de l'actualitat; a través de diversos mitjans de comunicació.

És fonamental en una societat democràtica com la nostra, perquè garanteix el dret de la població a estar informada, és a dir, fa tenir consciència dels fets del nostre voltant, i d'aquesta manera reaccionar a temps.

El periodista és el professional que fa aquesta tasca, l'ha de fer amb responsabilitat, rigor i imparcialitat.

Les funcions que hauria de fer el periodisme són:

1. Informar amb veracitat

Proporcionant informació a la població comprovada prèviament; amb dades contrastades, fonts fiables i evitant la manipulació. Evitant transmetre rumors o mentides.

2. Controlar el poder

Denunciant possibles abusos, corrupció i injustícies. Podem anomenar el periodisme com a quart poder, ja que fiscalitza els altres tres.

3. Formar consciència crítica

Ajudant la societat a analitzar els fets amb esperit crític, evitant l'adoctrinament o la manipulació.

4. Donar veu a tothom

Reflectint la diversitat de situacions i col·lectius.

El periodisme és tan important que fins i tot està a la Declaració dels Drets Humans (DUDH); a l'article 19, es reconeix que la llibertat de rebre informació és fonamental; *"Tot individu té dret a la llibertat d'opinió i d'expressió; això comporta el dret a no ésser inquietat per causa de les opinions i el de cercar, rebre o difondre les*

informacions i les idees per qualsevol mitjà d'expressió i sense consideració de fronteres.” La UNESCO també reconeix el dret, a més el promou a través d'activitats, educatives, de sensibilització i seguiment global.

Tot i això, aquests drets no es respecten arreu del món; hi ha governs o règims als quals no els convé que es difonguin determinades veritats. En alguns estats, fins i tot es persegueix els periodistes pel simple fet d'exercir la seva tasca i denunciar les vulneracions de drets, segons informa l'organització [Reporters Sense Fronteres](#).

Als països amb conflictes o guerra, directament ser periodista pot ser molt perillós. A mes de Juliol de 2025, han estat assassinats 38 periodistes i detinguts 558 d'aquests 41 eren col·laboradors amb mitjans, segons [l'organització](#).

Amb les noves tecnologies i les xarxes socials, la informació pot viatjar globalment en qüestió de minuts, arribant a milions de persones gairebé de manera instantània. Com més sorprenent o impactant és la informació, més probabilitat té de fer-se viral, cosa que facilita la propagació de les anomenades *fake news* o notícies falses. Això fa que, a més de les notícies verificades, ens arribin constantment continguts d'origen incert i amb intencions poc clares. Per aquest motiu, és essencial identificar mitjans fiables i desenvolupar una actitud crítica davant la informació: cal contrastar-la amb altres fonts rigoroses i assegurar-se que les dades i testimonis citats siguin creïbles

“El periodisme és escriure allò que els poderosos voldrien censurar.”

— Eduardo Galeano

3.1.1 ORIGEN I EVOLUCIÓ DEL PERIODISME

Molts experts coincideixen a dir que la història no es pot entendre sense el periodisme.

L'àmbit del periodisme ha experimentat nombroses transformacions en les últimes dècades. Autors com Feldman, Sterin i Witson qualifiquen aquestes transformacions com una **“revolució”**, mentre que altres com Scolari prefereixen parlar d’**“evolució”**. Altres investigadors, com Pavlik, utilitzen el concepte de **“transformació digital”**, mentre que Bauman, inspira la idea de la **“liquiditat”** per descriure la inestabilitat del periodisme actual. Altres, com Carlson i Lewis, parlen de **“disrupció”** per assenyalar els canvis radicals que trenquen amb els models tradicionals.

Per entendre millor les transformacions del periodisme, començarem des del seu origen. Tot i que no podem parlar amb certesa sobre l'inici exacte d'aquesta professió, ja que existeixen diverses teories sobre el seu naixement, mentre explorem els seus inicis, també podreu anar identificant les diferents etapes que l'han marcat al llarg de la història.

1. L'antic o artesà (1609- 1789).

Aquest és el gran període inicial, que es caracteritza per un periodisme manual i artesanal amb una difusió molt limitada. Els primers diaris són butlletins manuscrits o impresos amb tipografia rudimentària. Es basa en una activitat de recollida, reproducció i difusió de les novetats en papers impresos, on ja trobem la impremta. S'estableixen xarxes públiques de correus en una Europa en creixement, tot i que sovint es troben sota control de la censura monàrquica. Agafa molta importància a França i Alemanya; a Espanya n'agafa relativament poca, ja que era premsa pròpia de monarquies il·lustrades. A Anglaterra ja és liberal des de finals del segle XVII. Als Estats Units quasi ni existeix.

Les teories d'alguns comprenen que el primer periodista conegut va ser Heròdot al segle V aC, un famós cronista grec. La feina de cronista consistia a narrar i

enregistrat esdeveniments històrics o rellevants, aquest és considerat una forma inicial de la professió de periodista. És per això que té una funció molt similar al periodisme, tot i que es diferencia en alguns aspectes com que els cronistes barrejaven història i mite, tenien una visió subjectiva dels fets, ja que poques vegades els contrastaven i finalment alguns d'aquests estaven lligats a governs i, per tant, estaven escrits des d'un punt de vista concret. Aquesta teoria ens situa l'inici d'una professió similar al periodisme en les primeres civilitzacions.

Una altra teoria diu que el seu origen es troba a Babilònia, on es feia la professió d'historiògrafs. Aquest també es considera una forma primitiva del periodisme amb petites diferències com que l'historiògraf tracta fets passats, pot construir relats històrics per condicionar la ideologia o fins i tot sovint estava vinculat al rei. Els historiògrafs escrivien les novetats sobre taules d'argila.

La teoria del *papyrus* sosté que el periodisme neix en les primeres civilitzacions. El *papyrus* eren una mena de pergamins fets per egipcis, perses i fenicis. De fet, els fenicis van crear l'alfabet, això va fer que s'agilitzés el procés de l'escriptura.

No podem assegurar l'existència de cap de les següents teories, el que si sabem amb certesa és que a Roma l'any 59 aC, amb l'autoritat de Juli Cèsar es difonien uns escrits anomenats pasquins que informaven sobre els fets de la República. L'emperador exigia notícies diàries i les publicava al diari romà *Acta Diurna Urbis*. Per tant, podem assegurar que l'activitat periodística va néixer l'any 59 aC, tot i que altre cop amb petites diferències a com el coneixem en l'actualitat. La més gran és que els fets que es transmetien els decidia el poder i sovint no es contrastava la informació, no com ara que hi ha pluralitat de mitjans de comunicació i sempre es contrasta la informació.

Durant l'edat mitjana a Europa, el que més s'utilitzava era el canal oral de la informació.

Al segle XIII, els reis redactaven les seves Cròniques, mentre que els joglars viatjaven de poble en poble compartint notícies. Els joglars eren els encarregats de

recitar, cantar o interpretar històries, tanmateix, transmetien la cultura i la informació oralment, ja que molts no sabien llegir ni escriure.

En aquella mateixa època, a Anglaterra es va crear la *Nouvelle manuscrite*, una forma de comunicació escrita que servia per difondre notícies importants. Aquestes es copiaven a mà i anaven acompanyades de gravats en fusta, que ajudaven a entendre el contingut de la notícia per a un públic en gran part analfabet. Aquesta és considerada un precedent dels diaris moderns, ja que volien transmetre informació de manera regular.

Durant el segle XV a París, s'escriu el *Journal d'un bourgeois* escrit per un burgès anònim de París entre 1405 i 1449, durant la Guerra dels Cent Anys, on hi escrivia notícies i anècdotes de la ciutat. Tot i que no té rellevància, ja que no va tenir repercussió.

Tot seguit, durant el Renaixement italià, apareixen gran nombre d'avisos i fulls, que informaven sobre fets de l'actualitat. Es distribuïen de manera periòdica sobretot entre comerciants i membres de la cort. Els avisos eren semblants als manuscrits i normalment confidencials, mentre que els fulls (també anomenats *gazzetes*) es publicaven de forma impresa i tenien una difusió més pública, però només informaven de la vida mercantil i els ports. El nom prové de la moneda de coure anomenada *gazzetta*, amb la qual es pagava cada exemplar.

Fins aquest context hem vist que cada cop més, circulaven notícies diàries, fins abans de la invenció de la impremta la influència de qualsevol mètode de comunicació anomenat anteriorment era mínim. És per això que entre la població va néixer la necessitat de la informació, aquests són alguns dels factors que en provocaven una necessitat:

- Voler comunicar els descobriments geogràfics.
- Amb el desenvolupament de l'activitat comercial, va néixer la necessitat de tenir articles i informació sobre quines són les condicions del mercat, de l'intercanvi...
- La constitució dels estats nació, l'estat també necessita estar informat.

- És un període amb molts conflictes bèl·lics, és per això que la gent té la necessitat de saber que està passant, tant el poder com la població.

És per això que una dada important a recordar, ja que va suposar una revolució en la comunicació és, l'any 1440 amb la invenció de la impremta de Johannes Gutenberg. Aquesta innovació va contribuir en el desenvolupament de mitjans de comunicació com, setmanaris, revistes, diaris, llibres; entre els llibres més destacats, la gran difusió de La Bíblia. Però, no només això, la invenció de la impremta va suposar un augment de l'interès per la cultura, va facilitar l'alfabetització i va fer el coneixement accessible a molta més gent. Fins i tot va ajudar a difondre idees del Renaixement de la Reforma Protestant, com les 95 tesis de Martí Luter. També va ajudar en la difusió dels avanços científics.

El sistema que va idear Gutenberg consistia en, posar les lletres de l'alfabet per separat, un cop ja havien estat foses en metall. Les va posar una al costat de l'altre i les va aguantar, l'objectiu d'això era compondre més ràpidament les pàgines i reutilitzar els motlles per poder compondre'n d'altres. En altres paraules, va millorar les tècniques d'impressió existents.

La primera impremta va arribar a Anglaterra l'any 1476 gràcies a William Caxton, que la va instal·lar als terrenys de l'Abadia de Westminster. Tot i això, la primera publicació periòdica impresa ja s'havia fet, exactament l'any 1457 a Alemanya.

La primera publicació periòdica impresa va ser a Alemanya Nüremberg Zeitung.

2. Modern o liberal (1789- últim quart del segle XIX).

Aquest és el segon gran període, on apareix la llibertat de premsa vinculada a les revolucions liberals, que suprimeixen el control de l'Estat sobre els mitjans. Tot i això, el periodisme es consolida com a nou mitjà de control polític, ja que els partits utilitzen la premsa per influir en l'opinió pública, tot i que l'accés a la lectura de diaris encara és limitat per a la majoria. En aquest moment es comencen a crear empreses periodístiques independents. El periodisme informatiu anglès és el més avançat i el Nord-amèrica el més innovador.

Des del segle XIX i fins a la Guerra Civil Espanyola ens trobem en un període de gran polarització, ja que els polítics s'han adonat de la influència dels *gazettes* en la població i és per això que durant aquests anys la premsa va estar dominada per publicacions polítiques, anomenades “periòdics de partit”. Aquests estaven estretament lligats a grups polítics, no eren ni objectius ni imparcials; el que volien era difondre idees del partit, atacar els adversaris i guanyar suport. Així doncs, cada partit tenia, normalment, el seu propi diari que actuava com a portaveu oficial. Això va provocar una gran divisió ideològica, ja que els diaris no buscaven tant informar sino convèncer amb les idees del partit al lector.

En aquest moment observem una gran transformació en el món del periodisme. La premsa va deixar de tenir únicament un caràcter de difusió política i va començar a funcionar com un negoci. El canvi més gran va ser passar del periodisme partidista a un model més informatiu, però també va donar lloc a la premsa de masses, incrementant així la seva audiència. La publicitat va ser una peça clau pel finançament dels diaris i es va consolidar la professió de periodista. La manera de fer periodisme era totalment nova, centrada en la comercialització, impulsada per empreses que veien la premsa com una oportunitat econòmica i que buscaven atraure el màxim nombre possible de lectors. Aquesta gran transformació va ser causada pels avenços tecnològics, la disminució de l'analfabetisme i la millora de les comunicacions, entre altres factors.

Cap al final del segle XIX i l'inici del segle XX, la premsa es consolida dins d'una societat cada cop més massificada. En aquest moment, sorgeix el moviment conegut com a New Journalism, amb un exemple destacat en el diari *The World* de Joseph Pulitzer. Aquest nou moviment periodístic es va desenvolupar amb més força als Estats Units durant la dècada dels anys 60, on va coincidir amb grans canvis socials i culturals. Aquest es caracteritzava per una escriptura més lliure, on es prioritzaven les emocions i l'impacte visual, normalment per sobre de l'objectivitat informativa. El Nou Periodisme va trencar amb les convencions de la redacció tradicional i va incorporar tècniques pròpies de la literatura, com el diàleg o la descripció detallada. L'objectiu d'aquest era connectar amb el lector a través d'una experiència més emocional.

Al segle XIX apareixen les primeres agències de premsa, és a dir, empreses especialitzades a recopilar, verificar i distribuir informacions als diaris, que aquests els les compraven per publicar-les. Les agències de premsa van contribuir en la consolidació de la professió de periodisme, però també en l'aparició del que avui coneixem com a periodisme objectiu, és a dir, recopilar informacions sense voler influir amb elles i, per tant, amb voluntat d'imparcialitat. Uns exemples de les primeres agències són Havas a França (1835), Reuters al Regne Unit (1851), Wolff a Alemanya (1849) o Associated Press als EUA (1846). L'expansió de les agències és provocat principalment pel creixement del capitalisme, l'augment de consum de premsa i l'aparició de noves tecnologies utilitzades a la comunicació com per exemple el telègraf que va permetre transmetre notícies de manera ràpida a llargues distàncies o, al cap d'uns anys el cable submarí. Fins a la Segona Guerra Mundial, aquestes agències van estar vinculades als interessos de les grans potències colonials, ja que el control de la informació era també una eina de poder. D'aquesta manera les potències europees utilitzaven les agències per controlar el relat informatiu a les colònies, difonen les informacions que més els convinguessin.

3. Contemporani o industrial (últim quart del segle XIX- últim quart del segle XX)

Aquest és el tercer gran període, on s'industrialitza el periodisme. En aquest context s'incorporen rotatives, unes màquines d'impressió industrial que van revolucionar la producció de diaris. A més la publicitat es converteix en la font de finançament principal, caracteritzada per premsa de masses amb tirades molt grans i redaccions formades per professionals. El periodisme s'expandeix i sorgeixen estils diferents com, la creació de la ràdio i la televisió. També se substitueix la impremta de Gutenberg per la producció electrònica de grans empreses de comunicació. En aquest període i trobem la plenitud del periodisme imprès.

Als anys 20 del segle XX es van començar les emissions regulars de ràdio, com la de l'emissora KDKA a Pittsburgh (1920), permetien informar de manera immediata i arribar a un públic molt ampli. Tot i que al principi eren un complement a la feina dels diaris, en poc temps es van convertir en un mitjà competidor. A finals dels anys 30

als Estats Units comença la televisió comercial, on el seu avantatge més gran era la imatge immediata acompanyant a la informació. A l'Estat espanyol la televisió va arribar l'any 1956, 26 anys després de les primeres emissions radiofòniques.

La primera vegada que es va aconseguir a Europa la llibertat d'expressió i de premsa va ser durant la Revolució Francesa, exactament a l'article 11 de la Declaració de Drets de 1789: "La lliure comunicació de pensaments i d'opinions és un dels drets més preciosos de l'home. Tot ciutadà pot, doncs, parlar, escriure, imprimir lliurement, amb el benentès que haurà de respondre de l'abús d'aquesta llibertat, en els casos determinats per la llei". Aquest reconeixement va inspirar a altres constitucions a tot Europa, tot i que en països on hi havia règims autoritaris la seva aplicació es va veure limitada.

Als Estats Units, l'article 12 de la Declaració de Drets del Bon Poble de Virginia (1776) diu que "la llibertat de premsa és un de grans baluards de la llibertat, i mai pot restringir-la un govern despòtic". En la primera esmena de la Constitució dels Estats Units diu que "el Congrés no podrà fer cap llei respecte a l'establiment de la religió, ni prohibint la lliure pràctica d'aquesta; ni limitant la llibertat d'expressió, ni de premsa; ni el dret a l'assemblea pacífica de les persones, ni de sol·licitar al govern una compensació de greuges".

A Estats Units, la defensa de la llibertat de premsa és abans a la Revolució Francesa. L'article 12 de la Declaració de Drets del Bon Poble de Virginia (1776) diu que "la llibertat de premsa és un dels grans baluards de la llibertat, i mai pot restringir-la un govern despòtic". Posteriorment, la Primera Esmena de la Constitució dels Estats Units (1791) estableix que "el Congrés no podrà fer cap llei amb respecte a l'establiment de la religió, ni prohibint la lliure pràctica de la mateixa; ni limitant la llibertat d'expressió, ni de premsa; ni el dret a l'assemblea pacífica de les persones, ni de sol·licitar al govern una compensació de greuges". Aquests textos van fixar les bases legals perquè el periodisme nord-americà tingués un alt grau d'independència respecte al poder polític.

En acabar la II Guerra Mundial aquests drets van passar a ser universals, quan la Declaració Universal dels Drets Humans per l'Assemblea General de les Nacions Unides el 10 de desembre de 1948 ho va aprovar. L'article 19 diu que "tota persona té dret a la llibertat d'opinió i d'expressió; aquest dret inclou el de no ser molestat a causa de les mateixes opinions i el de cercar, rebre i difondre les informacions i les idees per qualsevol mitjà i sense límit de fronteres". Tot i que no tots els països l'han signada, o fins i tot n'hi ha que l'han signada, però l'aplicació real d'aquest dret continua essent desigual.

Perquè el dret constitucional a la informació sigui efectiu, és essencial l'existència de mitjans de comunicació lliures i accessibles. L'Estat té la responsabilitat de vetllar pel seu compliment de dues maneres principals: una, fomentant la producció informativa a través de regulacions que afavoreixin el pluralisme i la qualitat de la informació; i, de la segona, produint ell mateix informació mitjançant mitjans de comunicació públics, que han de garantir el servei a tota la ciutadania amb criteris d'objectivitat i imparcialitat.

També cal saber que, un dels drets indispensables en qualsevol democràcia, i també una eina essencial per l'ofici de periodisme, és el secret professional periodístic. Aquest dret protegeix al periodista davant l'obligació d'explicar informació confidencial com, el contingut de les dades obtingudes, la persona o la manera mitjançant la qual aquesta s'ha aconseguit. L'objectiu d'aquest és protegir les fonts informatives, garantir que puguin facilitar dades sense por de problemes i preservar la independència del periodista en la seva tasca. El secret professional periodístic és, per tant, una garantia pels professionals del sector, tot i que, també ho és per la ciutadania, a rebre informació lliure i plural.

A més els periodistes tenen un compromís amb la societat. Aquest compromís es concreta en un conjunt de normes ètiques conegudes com a Codi Deontològic, que estableix principis com la veritat, la independència, la responsabilitat i el respecte pels drets dels ciutadans. Aquest codi orienta la pràctica professional i ajuda a mantenir la confiança del públic amb els mitjans i professionals de la comunicació. A

Catalunya, aquest està disponible i es pot consultar públicament al web del [Col·legi de Periodistes de Catalunya](#)

Un exemple del corporativisme de la professió va ser a inicis del segle XX, exactament l'any 1917, quan els periodistes es van ajuntar per defensar els seus interessos i millorar la seva qualitat de vida, en una època en què diversos col·lectius professionals impulsaven moviments similars. Van crear una cooperativa anomenada "Cooperativa de Periodistas para la Construcción de Casas Baratas", l'objectiu d'aquest era la construcció d'habitatges assequibles per periodistes. En total, es van projectar 14 illes de cases amb 68 solars edificables. Aquestes illes estaven pensades com una ciutat-jardí, un model urbanístic que va rebre molts reconeixements.

L'any 1985 es va fundar l'Associació de la Premsa de Barcelona, que amb el temps finalment es va transformar en l'actual Col·legi de Periodistes de Catalunya. Aquesta institució proposa diverses activitats, entre les quals destaca la formació gratuïta de periodisme i comunicació per a persones en situació d'atur. A més, ofereixen als seus membres espais per a la presentació de llibres, treball en grups, realització d'exposicions i moltes altres activitats. El Col·legi també actua com a representant de la professió davant les institucions i defensa els drets laborals i ètics dels periodistes. Cal destacar que són els impulsors del Codi Deontològic, que guia la pràctica responsable de la professió. A més, l'entitat promou el contacte entre professionals d'arreu del país. Per conèixer-ne més detalls, es pot visitar la seva web www.periodistes.cat.

4. Hi ha experts que contemplen un quart gran període anomenat aparició d'internet, que seria en el període en el qual ens trobem. Aquest estaria marcat per la digitalització i la immediatesa, és a dir, la informació circulant en temps real, la creació de nous formats digitals i el públic participant activament com a prosumidor, és a dir com a consumidors del contingut però també com a creadors. En aquest context, el canvi més gran que podem observar és la incorporació d'internet, aquest ha sigut el principal causant dels últims canvis en el periodisme. Principalment perquè les tècniques utilitzades

actualment en comparació amb els anys 90 són completament diferents. Però no només això, també perquè els canals, temps i dispositius amb els quals la ciutadania accedim a la informació són completament diferents dels que s'utilitzaven fa uns anys.

A partir de la dècada de 1990, amb l'arribada d'Internet, el periodisme ha estat sotmès a un nou corrent, l'anomenat periodisme digital. Aquest gran canvi va transformar profundament l'ofici; les redaccions van haver d'ampliar el seu ventall, no només havien de produir continguts per a la premsa escrita o audiovisual, sinó que en aquell moment van haver de començar a produir continguts per a pàgines web i, més endavant, per a xarxes socials i plataformes. A partir d'aquest moment, neix la lluita dels periodistes contra la precarietat laboral, en altres paraules, el periodista es veu sovint obligat a ser multitasca: redactar per la web, cobrir una roda de premsa en directe, gravar àudio per a emissores, gravar i editar vídeo per xarxes, i gestionar la immediatesa que comporten les xarxes socials. Tot junt amb l'exigència d'actualització immediata que comporta l'ofici i amb uns horaris cada vegada més intensos. Aquest augment de càrrecs, sovint no ha anat acompanyat d'una millora salarial ni d'una estabilitat laboral; tot al contrari, ha incrementat la precarietat en el sector. Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya és segueix treballant per denunciar aquesta situació i buscar-ne millores. Tot i que el periodisme digital comporti reptes també ha obert noves oportunitats com, arribar a audiències d'arreu del món, comunicació creador-consumidor, impulsar nous formats com el periodisme de dades o el fact-checking. Tot junt fa que l'ofici estigui en una transformació constant.

Però realment podríem parlar d'una nova etapa: la de les xarxes socials. Aquestes plataformes s'han convertit en eines fonamentals en la difusió d'informació actualment, ja que un gran ventall de la població s'informa a través d'elles. A diferència dels mitjans tradicionals, ofereixen immediatesa, abast arreu del món i interacció directa amb els usuaris, cosa que les fa essencials en la manera com la societat rep i processa les notícies. La seva influència no només determina què es

difon, sinó també com es percep la realitat, situant-les com a protagonistes en la construcció de l'opinió pública i en la configuració de narratives socials i polítiques.

Finalment, el periodisme és una professió totalment vocacional, però també d'alt risc. Ja sigui per guerres, pandèmies... Reporters Sense Fronteres recull 38 assassinats de periodistes des de principi d'any (a Juny del 2025).

3.1.2 FUNCIO INFORMATIVA VS FUNCIO IDEOLÒGICA

La funció principal del periodisme hauria de ser la informativa, és a dir, comunicar objectivament els fets a la ciutadania. Però no només això, també té un paper clau en la creació d'una opinió pública ben informada, ja que permet que els ciutadans prenguin decisions constatatant-se en dades reals i fiables. Precisament per això, els periodistes han d'evitar la difusió de rumors o notícies manipulades/falses que acabin desinformant a la població; tanmateix, han d'oferir context i diferents punts de vista de manera que la gent tingui una visió real. Aquesta funció informativa exigeix un alt nivell de rigor en l'era digital en la qual ens trobem, permet definir l'entorn que envolta l'emissor, i per complir-la correctament, cal transmetre informació contrastada, donar veu a totes les parts implicades i verificar les dades. A més, s'ha d'utilitzar un llenguatge clar, neutre i exempt de càrrega emocional.

La imparcialitat i la veracitat també tenen un paper fonamental aquí. Mentre que la imparcialitat és necessària per informar amb objectivitat al servei públic; la veracitat és essencial per descriure fidelment la realitat que s'ha de comunicar.

El periodisme sovint es considera el “quart poder”, ja que té la capacitat d'influir a grans masses, la manera en com es presenten els fets pot condicionar l'opinió pública i, fins i tot, afectar decisions polítiques. Precisament per això els mitjans són els encarregats de controlar el poder, exposant casos de corrupció o abusos, sempre sent imparcials i amb rigor. També té un alt grau d'importància la independència entre els interessos polítics i econòmics per garantir que la informació que arriba a la ciutadania no estigui ni manipulada ni filtrada. Per tant, el periodisme, en aquest aspecte actua com a vigilant de la democràcia, assegurant que els representants públics siguin justos davant la societat que exerceixen.

Perquè la funció informativa estigui ben resolta ha de contenir les 5 preguntes en el menor espai possible (què passa, a qui ha passat, quan ha passat, per què ha passat, on ha passat?)

Tot i que tots sabem que, a la pràctica, els mitjans també tenen una funció ideològica, sense que ens n'adonem podem “caure en les seves trampes”. Aquesta

funció consisteix a seleccionar curosament quines notícies donen, de quina manera les enfoquen, quins marcs utilitzen, quin llenguatge utilitzen. Tot i que semblen coses molt bàsiques poden influir a grans masses de manera indirecta. Quan els mitjans no només expliquen fets, sinó que decideixen de quina manera els presenten, fan el que s'anomena "*framing*", la qual cosa pot modificar la interpretació que en fa el públic. Per exemple, en períodes electorals, el temps que es dona a cada candidat condiciona la percepció de la seva importància. O fins i tot en notícies de fets, l'èmfasi en determinats col·lectius pot afavorir estereotips socials.

La línia editorial és l'orientació ideològica, de valors i d'interessos d'un mitjà de comunicació, com podria ser una ràdio, televisió, o un diari. Aquesta defineix com el mitjà tracta els temes, quins punts de vista prioritza, quines paraules utilitza. Aquesta pot ser explícita (per exemple, quan un mitjà es declara progressista, conservador, independentista...) o pot ser implícita i subtil, de manera que el públic no en sigui del tot conscient. A diferència dels articles d'opinió, que porten firma i reflecteixen el pensament d'un autor concret, la línia editorial és col·lectiva i institucional, ja que parla sobre una postura general que es veu reflectida en les notícies, els titulars, els temes seleccionats, el tractament de la informació... En altres paraules representa la veu del mitjà. Per exemple, dos diaris diferents poden narrar un mateix fet amb enfocaments oposats: un en pot remarcar les causes socials i l'altre els efectes individuals, reforçant així la seva orientació.

La columna és un article d'opinió escrit per una columnista, una persona que es dedica a fer això, és per això que aquest conté el nom i cognoms de l'autor que expressa la seva opinió personal d'un tema determinat. Serveix per donar diversitat de veus i fomentar el debat. Un mateix mitjà pot tenir columnistes amb posicions molt diferents. Es publica de forma regular dins del mitjà i tot i que pot semblar que és el mateix que la línia editorial aquest reflecteix la veu individual d'una persona, no la posició general del diari.

També cal esmentar que dins la funció informativa s'hi amaguen interessos socials, econòmics i polítics. I, per tant, la informació informativa i ideològica estan separades per una línia molt fina. Un exemple en podrien ser la majoria dels mitjans

de comunicació que diuen ser neutrals però realment tenen una línia clara, tot i que es mostri de manera subtil.

- *"Okupes destrossen un pis a Barcelona"*
- *"Família sense recursos ocupa un habitatge buit per sobreviure"*.
 - La informació és la mateixa (una ocupació), però l'enfocament canvia totalment el missatge.

A més sovint som enganyats amb biaixos amagats en la informació objectiva, aquests són una "inclinació" de la informació això provoca que la nostra opinió no sigui totalment objectiva. En el periodisme els trobem quan s'escullen certes notícies i se n'ometen d'altres, es dona més importància a un punt de vista, es fan servir paraules amb connotacions positives o negatives segons el tema o els protagonistes o fins i tot es manipulen imatges, titulars o dades per influir la percepció del públic.

La publicitat també hi té un gran paper, ja que la majoria de mitjans depenen econòmicament d'aquesta, i per tant això condiona tant el contingut com el format de la informació. El més difícil d'identificar és la publicitat encoberta, és a dir, la publicitat que es presenta amagada en la notícia o el reportatge, també anomenat publireportatge, això fa que al lector li sigui més difícil distingir la informació d'un anunci. A més, els mitjans tenen el poder d'escollir què publicar, podent evitar així publicar notícies que perjudiquin grans anunciants o tractar certs temes amb més suavitat, això crea un vincle entre interessos econòmics i línia editorial. La publicitat no només ven productes, també transmet valors, estereotips i fins i tot models de vida, un clar exemple d'això és el masclisme que es veu en les publicitats de fa uns anys.

3.2 LA MANIPULACIÓ DE LA INFORMACIÓ

La manipulació de la informació té un objectiu clar, influir en la percepció o opinió d'un determinat públic, sense que aquest s'adoni. Això es fa mitjançant la tria estratègica de dades, imatges o fins i tot omissions en determinats temes. No es tracta de només donar una versió dels fets, sinó de controlar com s'interpreten, de manera que afavoreixi uns interessos concrets. Hi ha diverses maneres d'aconseguir això:

- **Alteració:** Consisteix a canviar dades, xifres o detalls amb l'objectiu de fer que els fets semblin diferents del que són. Per exemple, modificar el nombre de participants en una manifestació per fer-la semblar més gran o més petita.
- **Distorsió:** Es presenta la informació fora de context, exagerant o minimitzant aspectes rellevants. Això pot donar una imatge esbiaixada de la realitat. Per exemple, ressaltar només un fragment d'un discurs i ignorar la resta.
- **Omissió:** No informar d'un fet rellevant és una de les estratègies més indirectes però més poderoses. El que no apareix en els mitjans, per molta importància que tingui, no existeix per a la població.
- **Descontextualització:** Treure una frase o una dada del seu context pot canviar completament el seu significat. Una declaració pot semblar polèmica si es publica sense la frase anterior o posterior que l'explica.
- **Presentació parcial:** Explicar només una part dels fets, amagant informació clau que podria fer canviar la percepció del públic. Per exemple, informar d'un judici només mostrant els arguments d'una de les parts.
- **Exageració/minimització:** Inflar o suavitzar els fets segons l'interès del mitjà. Això passa sovint en notícies sobre delictes, catàstrofes o èxits polítics, que poden semblar més o menys greus o importants depenent de com es narrin.
- **Titulars enganyosos:** Un titular pot cridar l'atenció amb paraules impactants, però no sempre correspon al contingut de la notícia. Això genera una primera impressió errònia que molts lectors mantenen encara que després llegeixin l'article complet.
- **Imatges manipulades:** L'ús d'imatges té un gran poder emocional. Es poden utilitzar fotografies fora de context o amb una càrrega emocional concreta per

reforçar un relat. També existeix la manipulació digital, que cada vegada és més sofisticada.

- Ordre i jerarquia: No és el mateix que una notícia aparegui en portada o que es relegui a una pàgina interior. La jerarquia visual i l'espai que ocupa determinen la importància percebuda pel lector.
- Llenguatge carregat ideològicament: Els adjectius, metàfores, eufemismes o mots amb connotació emocional poden marcar la diferència. No és el mateix dir *terrorista* que *activista*, ni *ajust de personal* que *acomiadaments*.

Ara bé, cal diferenciar entre manipular i informar amb un punt de vista. Mentre que la manipulació mesura exactament què dir i de quina manera fer-ho per a poder controlar l'opinió pública; informar amb un punt de vista és simplement la interpretació dels fets d'una persona sense voler aconseguir convèncer a ningú.

Un bon exemple històric de manipulació de la informació podria ser durant els règims autoritaris com el de l'Alemanya nazi o la Unió Soviètica.

En l'Alemanya nazi es controlava el ministeri de propaganda (accedint així a tots els mitjans de comunicació), s'eliminaven els llibres, pel·lícules o discursos contraris al règim (d'aquí prové la famosa "crema de llibres" l'any 1933), es manipulava el llenguatge (amb frases com "Ein Volk, ein Reich, ein Führer"), es reescriuen fets històrics per mostrar la superioritat de la raça ària i finalment es mostraven èxits militars i econòmics exagerats.

En el cas de la Unió Soviètica en trobem el màxim de manipulació de la informació sota el poder de Stalin. Aquest controlava tots els mitjans de comunicació (on podien difondre les seves idees marxista-leninista), fent culte a la personalitat (Stalin apareixia per tot arreu, era el pare protector), s'esborraven grans líders que havien caigut en desgràcia (com Trotski), es manipulaven dades d'èxits agrícoles i industrials, finalment amb la presència de la policia política feien que aquesta por incrementés.

3.2.1 NOTÍCIES FALSES I POSTVERITAT

Les notícies enganyoses no són noves: fa anys que convivim amb elles. Tanmateix, amb l'increment de l'ús de l'internet aquest terme s'ha popularitzat molt més. Les *fake news* no són simplement desinformacions, són mentides que, qui les produeix sap clarament que està mentint.

Això es produeix perquè, actualment tots som productors i consumidors, qualsevol persona pot fer una publicació a la xarxa. És per això que la difusió de les notícies falses pot produir-se en qüestió de segons. Com han afirmat periodistes en repetits cops, com més sorprenent sigui la informació, més viral es fa. Aquest efecte explica l'augment de l'ús d'aquestes. És tan gran l'efecte d'aquestes que hi ha diverses empreses dedicades a detectar i exposar aquestes falsedats. Un exemple n'és *Efe Verifica* (<https://verifica.efe.com/>)

Quan parlem de *fake news* i desinformació, una de les figures que ens ve al cap és Donald Trump. Segons el Fact Checker del Washington Post durant la seva presidència del 2017 al 2021 va arribar a dir una mitjana de 22 mentides al dia. Un exemple destacat és el del 2020, quan, després de perdre les eleccions presidencials davant de Joe Biden, ell i aliats seus van començar a difondre que hi havia hagut un frau massiu en les votacions. Aquesta informació va ser desmentida tant pels tribunals estatals i federals i el Departament de Justícia dels EUA.

Un altre cas és el de la pandèmia de la COVID-19, un període en la que hi va haver desinformació sobre les vacunes, les mesures sanitàries i sobretot de l'origen del virus. Més actualment, durant la apagada elèctrica a la península Ibèrica, van circular rumors que apuntaven un suposat atac cibernètic rus. Altres mostraven fotomuntatges falsos que mostraven la península completament sense llum, i fins i tot es deia que podia haver estat un experiment del govern.

Però no cal anar més enllà, diàriament es recopilen notícies falses difoses per diaris, xarxes socials, ràdio, televisió... El problema d'aquests continguts és que es comparteixen abans de ser verificats, és per això que quan es contrasten amb fonts oficials es veu que clarament es falsos. Fent un recull diari d'aquestes m'he adonat que les notícies falses no se centren només en política, sinó també en salut, ciència,

societat, cultura, espectacles fins i tot en rumors quotidians; n'he recopilat de tots els aspectes, des de crema solar, xia, rotació de la terra, ajuts LGTBI, Sharia a Girona, concert de Maná, pipi a la piscina, color del rovell de l'ou... Això demostra que la desinformació busca arribar a tota mena de públic. Moltes de les notícies falses que he analitzat es basen en fotografies creades o alterades amb intel·ligència artificial. La creació d'imatges amb intel·ligència artificial ajuda al fet que la falsedat sembli més convincent. Moltes busquen indignar a la gent o fer por, és per això que m'he adonat que les *fake news* pretenen crear un impacte emocional. Normalment, utilitzen uns determinats mecanismes, ja siguin titulars enganyosos, imatges manipulades, exageració, distorsió o omissió de context. La ràpida difusió d'aquestes en l'actualitat em va fer adonar que és important ensenyar a la població a llegir notícies amb esperit crític, dubtar de tot abans de contrastar fonts.

El terme "postveritat" fa referència a aquelles situacions en què les emocions i les creences personals tenen més pes que els fets objectius. En altres paraules, el que la gent vol creure es torna més rellevant que la realitat mateixa. Per aquest motiu, es defineix la postveritat com una "mentida emotiva". Aquest concepte va començar a utilitzar-se amb força a partir del 2016, any en què el diccionari Oxford el va escollir com a paraula de l'any. Cal remarcar que la postveritat no consisteix únicament a mentir, sinó en manipular les emocions, les pors i els desitjos del públic amb l'objectiu d'influir en les seves opinions o decisions. En la política és en un dels espais on la postveritat té més acció, especialment en períodes de campanya electoral. El terme es va popularitzar arran de dos grans esdeveniments durant l'any 2016: d'una banda, el referèndum del Brexit, on una part important de la població britànica va prendre decisions més condicionades per missatges emocionals que per dades objectives; i l'altra, les declaracions de Donald Trump durant la seva campanya presidencial, sovint basades en afirmacions sense fonament que, tot i això, connectaven amb els sentiments de molts votants.

Un gran exemple de postveritat i desinformació és durant la pandèmia de la COVID-19, quan les notícies falses i els rumors van arribar arreu del món, fet que generava més nerviosisme entre la població. Alguns asseguraven que l'origen del virus era un laboratori xinès, és a dir, que havia estat creat per despoblar la població mundial. Altres deien que, tan sols era una conspiració global. També hi havien que

difonien missatges sobre remeis miraculosos, com beure lleixiu o ingerir productes desinfectants. Però no acaba aquí, durant les vacunacions els rumors continuaven circulant. Aquest és un clar exemple de com aquestes informacions, compartides de manera massiva a la xarxa van fer augmentar la por i la confusió. Però, no només això, en alguns casos van tenir conseqüències greus per a la salut de les persones.

Un altre terme que també és relativament nou és l'anomenat *fets alternatius*, són afirmacions falses o modificades que volen fer creure que són reals, amb la intenció de manipular l'opinió pública. L'origen d'aquest recau el 22 de gener del 2017, dos dies després que Donald Trump guanyés les eleccions i tingués la presidència dels Estats Units. Aquell dia, Kellyanne Conway, una de les seves assessores va sortir a defensar al portaveu de la Casa Blanca, Sean Spicer. Spicer va afirmar que la inauguració de Trump havia tingut la major assistència de la història, declaració que ràpidament va ser desmentida amb fotos i dades oficials que demostraven tot el contrari. Davant d'aquest fet, el periodista Chuck Todd li va dir a Conway que deien mentides, ella va respondre: "Sean Spicer va oferir fets alternatius." Des d'aquell moment el concepte es va viralitzar, fins i tot el nomenen com un símbol de la nova manera de fer política, no es tracta de només mentir, sinó de crear un relat que apel·la als sentiments i que es difondrà més ràpid que els fets reals.

3.2.2 PROPAGANDA VS INFORMACIÓ

La propaganda és el conjunt d'accions amb les quals una persona o organització busca influir en l'opinió pública amb l'objectiu final que aquesta assumeixi una visió concreta i predeterminada sobre un fet o esdeveniment. Es pot confondre amb la publicitat, però les separa una gran diferència; mentre que la publicitat té finalitats principalment comercials, la propaganda té com a propòsit modificar idees o actituds, fins i tot posicionaments polítics i ideològics. La propaganda no és nova, ha estat present en tota la història de la humanitat. El seu millor moment es troba amb l'inici de la Primera Guerra Mundial, quan els governs inverteixen en grans campanyes per mobilitzar la població. La propaganda té un objectiu clar, i l'aconsegueix controlant les dades que es presenten, manipulant-les si s'escau, controlant el discurs, utilitzant les emocions per atrapar el públic... La propaganda pot ser molt positiva si s'utilitza de manera conscient, com podria ser per fer campanyes de salut, però pot ser realment perillosa si s'utilitza amb la finalitat de dividir o imposar una ideologia, com n'és un exemple la propaganda nazi o soviètica.

És important entendre la diferència entre la propaganda política, la propaganda comercial i la propaganda institucional. La primera busca convèncer la població perquè doni suport a un partit determinat, ho aconsegueixen fent discursos emocionals, ocultant errors, creant enemics comuns. La propaganda comercial, en canvi, busca vendre un producte o un servei, per fer-ho juguen amb els valors i les emocions. Finalment, la propaganda institucional busca influir en l'opinió pública des d'una institució, aquests utilitzen campanyes que semblen informatives, però que tenen un rerefons polític.

Un exemple d'ús de propaganda és el mític cartell *I want you* amb el que l'administració estatunidenca volia cridar a l'acció per aconseguir que els joves s'allistessin a l'exèrcit nord-americà durant la Primera Guerra Mundial. En el cartell s'hi mostrava l'Oncle Sam assenyalant amb el dit a tothom qui es parés a mirar la imatge. La propaganda va tenir èxit i va aconseguir milions de reclutes. Tot i que temps després es va veure com molts relats eren falsos o exagerats, fet que va generar desconfiança en els mitjans.

Per altra banda, la informació és la transmissió de dades i fets verificats amb la voluntat de conservar l'objectivitat. L'objectiu d'aquesta és ser imparcial davant la societat perquè cadascú pugui formar la seva pròpia opinió. El més important és que aquesta informació estigui verificada, és a dir, que es contrasti amb diverses fonts fiables. La informació ha de complir uns requisits bàsics com, ser neutral, rigorosa i exacte. A més sempre s'ha de mencionar l'origen de les dades o les fonts utilitzades. La informació té una funció social essencial que és, servir al públic, un dret fonamental i bàsic pel bon funcionament d'una democràcia. Tot i això, aconseguir una informació totalment imparcial és realment difícil, ja que tothom té una opinió i punts de vista. El gran risc d'això és que quan una persona d'influència o un mitjà deixa entendre la seva opinió en la narració d'un fet, sovint acabarà condicionant l'opinió pública i transmetent exactament el que ell decideix.

El següent exemple mostra exactament la funció social i democràtica que ha de fer la informació. És un gran exemple d'un periodisme que treballa per destapar abusos de poder i d'aquesta manera permetre a la ciutadania decidir amb dades reals. Aquest exemple és el del cas Watergate, durant els anys 70 als Estats Units. Els periodistes Bob Woodward i Carl Bernstein que treballaven pel diari *The Washington Post*, van descobrir, investigar i finalment publicar dades reals sobre l'espionatge i les activitats il·legals que feia el Partit Republicà durant la presidència de Richard Nixon. El resultat va ser tan impactant que va acabar amb la dimissió del president Nixon el 1974.

La propaganda i la informació es diferencien en diversos aspectes, el més important és que, mentre que la informació vol informar sobre uns fets de manera imparcial, la propaganda el que busca és convèncer o manipular. Per aconseguir això utilitzen recursos molt diferents, mentre que la propaganda selecciona i exagera determinats continguts, la informació simplement busca neutralitat això s'explica perquè la informació el que vol és que el públic decideixi mentre que la propaganda vol condicionar al públic. Una altra gran diferència és que mentre que la propaganda pot ser positiva o perillosa, escollint exactament quin efecte vols que tingui sobre la

població, la informació té sempre la mateixa finalitat sense poder escollir de quin àmbit es tracta el fet.

Un exemple que mostri la diferència entre aquestes dues és, en el cas de la propaganda. Els cartells de l'Alemanya nazi durant el règim d'aquest. On el dirigent del Ministeri de Propaganda, Joseph Goebbels, utilitzava utilitzar cartells, pel·lícules i ràdio per exaltar la figura d'Adolf Hitler. Mentre que en el cas de la informació, el *New York Times* va publicar uns documents secrets filtrats que demostraven que el govern nord-americà havia mentit a la ciutadania sobre la guerra del Vietnam.

D'aquesta manera, la propaganda es converteix en una eina d'influència que pot arribar a ser realment positiva en alguns contextos, com campanyes de vacunació, però que també pot ser extremadament perillosa quan s'utilitza amb finalitats polítiques o ideològiques per manipular. En canvi, tot i les dificultats reals d'aconseguir una imparcialitat absoluta, la informació, ha de mantenir-se com un pilar democràtic, sense el qual la societat no podria prendre decisions sense estar condicionats.

3.3 LA RELACIÓ ENTRE MITJANS DE COMUNICACIÓ I PODER POLÍTIC

Els mitjans de comunicació no només controlen el poder polític, ells mateixos també són un poder. Moltes vegades sembla que el periodisme simplement és una eina de vigilància del poder, però realment aquest també té influència, sigui per part de la política o empresarial, respon als seus interessos econòmics i editorials.

Un gran exemple de la tensió entre els mitjans de comunicació i el poder polític és l'entrevista d'Ana Pastor a Pablo Iglesias, tots dos defensen la seva independència, però ahora marquen qui té veu i com. És per això que considero que, és necessari que la ciutadania dubti dels mitjans, ja que són un “poder” amb grans influències, i com qualsevol altre poder requereix vigilància i crítica.

Com ja he mencionat en les funcions del periodisme i en la funció informativa, el periodisme sovint es coneix com a quart poder. Se l'anomena així, ja que té la capacitat d'influir igual o més que els altres tres poders clàssics, és a dir, que l'executiu, el legislatiu i el judicial.

Els mitjans de comunicació han d'informar, educar i entretenir, però també permeten al receptor formar les seves pròpies opinions. El poder polític té la funció d'organitzar la societat amb normes que afecten els ciutadans d'aquesta. Aquests dos poders s'influencien entre ells, però la relació no és unidireccional, els polítics utilitzen els mitjans de comunicació per difondre missatges, arribar a la ciutadania i sobretot crear imatge, mentre que els mitjans també necessiten informació política per generar notícies.

La llibertat d'informació sovint es veu condicionada, una de les raons perquè els governs intenten controlar i pressionar els mitjans mitjançant:

- Subvencions i publicitat institucional
- Pressions polítiques o censura
- Lleis i regulacions mediàtiques

Les conseqüències del fusionament del periodisme i el poder és la influència que comporta la seva relació. Un clar exemple és la dictadura franquista o soviètica,

quan els mitjans estaven controlats i actuaven només al servei del poder. També pot passar en democràcies com en el cas Berlusconi a Itàlia, un noi que era propietari de canals de televisió i polític alhora.

Les xarxes socials també hi tenen un paper fonamental actualment, aquestes han trencat l'esquema clàssic de la comunicació. Ara, els polítics es comuniquen directament amb la ciutadania, fet que comporta avantatges com més proximitat, immediatesa i fins i tot interacció. Tot i que deixa un gran lloc a la desinformació i *fake news*, que en algun cas poden ser utilitzades com a estratègia política.

La teoria de l'agenda setting explica que, els mitjans de comunicació tenen una gran influència a l'hora de determinar quins temes considera importants la ciutadania, és a dir, no decideixen que ha de pensar la gent però sí sobre quins temes han de pensar. Aquesta teoria es va desenvolupar als anys 70 per Maxwell McCombs i Donald Shaw. Segons aquesta, els ciutadans coneixen especialment allò que els mitjans decideixen mostrar, com més espai i importància es dona a un tema, més important el percep la gent. En canvi, els temes gairebé no surten als mitjans fàcilment passen desapercebuts, encara que siguin rellevants. Aquesta gran estratègia de manipulació periodística ens deixa dos grans exemples.

El primer exemple mostra clarament com, els mitjans van fer que la ciutadania parlés més de les relacions de Clinton que de la seva política. Aquest és el cas Clinton–Lewinsky, va succeir a finals dels anys 90 quan, el president dels EUA Bill Clinton va estar relacionat amb un escàndol sexual amb Mònica Lewinsky, becària de la Casa Blanca. Els mitjans van dedicar mesos de cobertura intensiva al tema, fins al punt que rebia més importància que altres temes polítics i socials realment més importants. El resultat d'això va ser que l'opinió pública mundial va rebre el problema com un assumpte central i va pressionar políticament fins a provocar un judici polític contra Clinton.

El segon cas és el del Procés a Catalunya, un període en el qual, es parlava més de la independència de Catalunya que d'altres debats socials com, atur o sanitat. Les enquestes de CIS van mostrar com, a mesura que els mitjans augmentaven la cobertura del Procés, també augmentava la preocupació ciutadana sobre aquest tema.

3.3.1 EVOLUCIÓ HISTÒRICA DE LA RELACIÓ ENTRE MITJANS I PODER POLÍTIC

Al llarg de la història, el periodisme, tal com el coneixem avui, ha viscut nombrosos canvis. Com ja s'explica al punt 2.1.1, en els seus inicis el periodisme estava al servei del poder, ja que només difonia els fets que el rei mostrava. Això permetia un control total del relat i, en conseqüència, del pensament de la població.

Durant el segle XX, períodes com el franquisme a Espanya, l'Alemanya nazi o les dictadures militars de Xile i l'Argentina van suposar etapes d'un control absolut dels mitjans, amb censura, persecució i fins i tot desaparició de periodistes.

Un punt d'inflexió es va produir el 1966 amb la promulgació de la Llei de Premsa i Impressió a Espanya, que tot i que no va eliminar la censura, va suposar una primera gran obertura cap a més llibertat d'expressió.

Actualment, la relació entre mitjans i poder polític continua sent objecte de debat. A Espanya i Catalunya es discuteix sovint sobre la neutralitat de TVE i TV3, especialment pel que fa a en períodes electorals. En països com Turquia i Hongria, tot i ser formalment democràcies, els governs exerceixen un control, que cada cop incrementa més, sobre els mitjans. En règims autoritaris com la Xina o Rússia, el control és total: es bloquegen xarxes socials, es censura internet i es reprimeixen periodistes independents.

3.3.2 MITJANS PÚBLICS VS PRIVATS

Els mitjans de comunicació poden ser públics o privats.

Els mitjans públics són els finançats per l'Estat, a través d'impostos i subvencions. El seu objectiu és defensar la qualitat, la independència i la pluralitat, vetllar pel funcionament democràtic de la professió i garantir que les seves direccions siguin representatives de la societat. A més, tenen una funció social fonamental: no només informen, sinó que també eduquen, promouen la cultura, fomenten la diversitat de llengües i garanteixen que tota la ciutadania tingui accés a continguts, fins i tot en zones on no és rendible econòmicament. Els mitjans públics han de ser transparents i respondre davant el parlament i la ciutadania. Tot i això, un dels grans problemes és que sovint pateixen pressions polítiques segons el govern que els gestiona. Un dels actuals objectius del grup del Col·legi de Periodistes de Catalunya és aconseguir eliminar els blocs electorals als quals es veuen sotmesos durant les campanyes. Alguns exemples de mitjans públics són RTVE a Espanya, la BBC al Regne Unit o TV3 a Catalunya.

En canvi, els mitjans privats són propietat d'empresaris o corporacions. El seu objectiu principal és la rendibilitat econòmica i, per això, depenen sobretot de la publicitat i de l'audiència. Aquesta mentalitat de mercat fa que siguin més ràpids i innovadors, però també els pot portar a caure en el sensacionalisme o el *clickbait* per atraure espectadors. Tot i que no depenen directament dels governs, poden estar condicionats pels interessos econòmics dels seus accionistes i anunciants. Alguns exemples de mitjans privats serien Mediaset, Atresmedia o La Sexta a Espanya.

En termes de confiança, el públic sol percebre com a més rigorosos i plurals, mentre que els privats es veuen com a més dinàmics i propers a la ciutadania. Un bon exemple és la BBC, reconeguda mundialment per la seva imparcialitat, en contraposició a Fox News (EUA), un canal privat amb una línia ideològica molt marcada.

En definitiva, tots dos models tenen avantatges i inconvenients: els públics garanteixen pluralitat i funció social, però poden patir pressions polítiques; els privats

aporten innovació, però sovint prioritzen l'audiència i la publicitat per sobre del rigor i la veritat. Perquè tots dos funcionin hi ha la necessitat de complementar-los per garantir informació diversa i equilibrada. A més és important el pensament crític per part de la ciutadania davant qualsevol mitjà.

3.3.3 CENSURA I AUTOCENSURA

La censura consisteix en l'eliminació o modificació d'una informació quan és considerat per part d'un poder com a perjudicial o contrari a la moral pública. Als qui executen la censura se'ls coneix com a censors.

Hi ha diversos tipus de censura:

- Política, governs que limiten la llibertat d'expressió.
- Moral, religió, valors socials, costums.
- Econòmica, pressió d'empreses, anunciants.
- Tecnològica, bloqueig de webs, algorismes.

La censura comporta conseqüències com, pèrdua de pluralitat, vulneració de la llibertat d'expressió, ciutadania desinformada...

Per altre costat, l'autocensura és la limitació que fa el mateix periodista per por a represàlies o perdre la feina. Quan un periodista, per exemple, no publica notícies crítiques amb el govern s'està autocensurant per no tenir conseqüències. Un exemple d'autocensura és el silenciament d'informacions importants, fet que provoca menys periodisme crític.

La principal diferència entre una i l'altra és que la censura ve imposada des de fora mentre que l'autocensura s'imposa des de dins, però a la pràctica totes dues limiten la llibertat d'informació.

Hi ha molts exemples històrics de censura com en les dictadures o durant el règim Nazi a Alemanya. Un exemple actual és el de la Xina, en l'actualitat a la Xina el govern aplica el que es coneix com a "Gran Muralla de Foc", consisteix en el control d'internet i el bloqueig de les xarxes socials, en lloc d'aquestes es promouen aplicacions pròpies. A més existeix la vigilància i sancions per a periodistes que publiquen continguts contraris al règim.

Tot i que és difícil de trobar casos d'autocensura, n'hi ha alguns de molt sonats com, el cas de TVE durant el govern de Mariano Rajoy (2011-2018). Diversos periodistes de la televisió pública espanyola denunciaven que havien de silenciar notícies perjudicials per a govern del PP. Informacions sobre casos de corrupció, com el cas

de Gürtel rebien menys cobertura. Fins i tot es va impulsar un moviment anomenat #DefiendeRTVE.

La censura i l'autocensura anul·len el dret fonamental reconegut per la Declaració Universal dels Drets Humans. A més redueixen la pluralitat d'informació i afavoreixen la manipulació i la concentració del poder, dificultant així la creació d'una opinió pública crítica i lliure. La llibertat de premsa és clau per garantir transparència.

3.3.4 CONSEQÜÈNCIES SOCIALS DE LA MANIPULACIÓ

La manipulació informativa té greus conseqüències en diversos àmbits, en el social, en el polític, en l'emocional i en el democràtic. No només condiciona l'opinió pública durant un període de temps, sinó que també deixa desconfiança entre la ciutadania.

Per començar, quan s'alerta a la població de influències es genera desconfiança dels mitjans i de les institucions. Fet que provoca que la gent busqui altres canals d'informació secundaris, la majoria dels quals la informació sovint no és fiable i que, per tant, contribueix al fet que s'escampi més la desinformació.

La següent conseqüència de seleccionar la informació de manera premeditada, és que els mitjans poden dividir la societat en blocs oposats, és a dir, que hi hagi polarització social. Amb això, es reforcen els discursos d'odi i confrontació, fet que dificulta la convivència.

També té impacte en l'àmbit de la política, on té especial importància en períodes electoral, ja que, per exemple, pot condicionar el vot i, per tant, alterar els resultats electorals. Fet que, altre cop, posa en risc la qualitat democràtica.

Però no s'acaba aquí, les xarxes socials també hi tenen participació, ajuden a la difusió massiva de *fake news*, desinformacions i rumors. A més circulen a gran velocitat. Aquestes provoquen desinformació.

Davant de la manipulació constant es genera una desafecció cap als governs i institucions, la gent deixa de confiar en aquests, però sobretot, deixa de confiar en el sistema democràtic.

Tampoc podem passar per alt les conseqüències emocionals. La manipulació exercida basada amb por, odi i inseguretats crear ansietats col·lectivament. Fet que, en casos extrems, pot derivar a la violència.

Hi ha molts exemples històrics de com, aquesta manipulació ha derivat a grans conseqüències, com per exemple, en el cas de la propaganda Nazi, que va fomentar l'odi cap a certs col·lectius fins a arribar al genocidi d'aquests. Durant la dictadura

franquista també se censurava i silenciava a la gent, fet que va provocar una llibertat d'expressió impossible. Però no cal anar tan lluny, durant la pandèmia de la COVID-19 les *fake news* i desinformacions sobre les vacunes van provocar por de la gent cap a elles. Actualment, en els conflictes com el d'Ucraïna o Gaza, la manipulació mediàtica juga un paper fonamental per intentar controlar el relat i influir en l'opinió pública.

En conclusió, la manipulació informativa té greus efectes: destrueix la confiança de la ciutadania, divideix la societat i posa en risc les democràcies. Per això és fonamental tenir un periodisme responsable i compromès amb la veritat.

4. ESTRATÈGIES DE MANIPULACIÓ UTILITZADES PELS GOVERNS

En aquest apartat s'analitzen les estratègies que els governs utilitzen per influir en l'opinió pública i controlar la informació, com el control dels mitjans a través del finançament públic i nomenaments polítics, la construcció de discursos oficials amb un ús calculat del llenguatge i compareixences mediàtiques, el poder de decidir què s'informa i com s'informa, a través de l'agenda-setting i el gatekeeping. Finalment, l'ús de les xarxes socials com a eina de manipulació massiva per difondre narratives favorables i modelar la percepció ciutadana. L'objectiu és mostrar com aquestes pràctiques poden limitar la llibertat informativa i influir en l'opinió pública.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - 1*. Panarea Digital.

4.1 CONTROL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Per parlar sobre el domini dels mitjans de comunicació abans, hem de parlar que és controlar un mitjà. Controlar un mitjà vol dir tenir la capacitat d'influir o decidir sobre aspectes del funcionament d'aquest, és saber què s'explica, com s'explica i què no s'explica.

Tenir influència en un mitjà permet tenir accés a:

- Control econòmic: Decidir quins temes s'investiguen.
- Control editorial: Marcar la línia ideològica del mitjà.
- Control polític: Influir en el nomenament de caps de redacció, directors...
- Control de continguts: Escollir quina informació rep importància i quina s'ignora més, segons els interessos.
- Control indirecte: Fer pressió a través de publicitat, subvencions o censura.

En altres paraules podem dir que tenir un control sobre un mitjà és tenir el poder de condicionar la informació que rep la societat. En aquest punt, tothom sobreentén la raó per la qual els governs i els poders volen tenir accés al control. Tenir accés als mitjans és tenir accés al relat i, per tant, mantenir el poder.

En aquest punt podem parlar de dos tipus de mecanismes de control, els directes i els indirectes. Els primers són aquells en què el poder polític o econòmic intervé de manera visible sobre els mitjans de comunicació. Els mecanismes de control directe són:

- Finançament públic i subvencions: Els mitjans que depenen d'ajudes econòmiques de l'Estat, poden estar condicionats per la seva línia editorial.
- Nomenaments polítics: Alguns governs col·loquen persones properes als seus interessos, en càrrecs directius dels mitjans públics per assegurar-se que segueixen el seu discurs.
- Censura explícita: Prohibicions de publicar certs temes o, fins i tot, eliminació de continguts considerats contraris al règim.

En aquest cas, la influència és immediata i no és difícil de detectar.

En el cas dels mecanismes de control indirecte són més difícils de detectar que els directes, aquests generen una dependència econòmica o informativa que obliga els mitjans a actuar segons els interessos. Alguns exemples són:

- Dependència econòmica dels anunciants: Molts mitjans viuen de la publicitat, i si els principals anunciants són empreses properes al govern, això condiciona què es pot publicar.
- Publicitat institucional: Els governs poden premiar mitjans afins amb campanyes publicitàries o retirar-les com a forma de pressió.
- Filtracions selectives d'informació: Donar dades, exclusives o rodes de premsa només a mitjans afins per reforçar-los davant la competència.
- Accés restringit a fonts oficials: Negar entrevistes, acreditacions o informació a periodistes o mitjans crítics per deixar-los fora del debat públic.

En aquest cas, la influència és difícilment detectable.

Un exemple positiu d'un mitjà que ha resistit pressions i ha mantingut la independència és el cas del diari The Washington Post durant l'escàndol Watergate l'any 1970 als Estats Units. Tot i les grans pressions polítiques i econòmiques que rebien per aturar la investigació, el mitjà va mantenir la seva independència. Els periodistes amb el suport del diari van continuar publicant proves de l'espionatge il·legal i dels abusos de poder vinculats al president Richard Nixon. Les conseqüències que hi hagués hagut si el diari hagués decidit no seguir investigant són, desinformació ciutadana cap als mitjans, debilitament de la democràcia, menys pluralisme informatiu...

4.1.1 FINANÇAMENT PÚBLIC

El finançament públic són els recursos econòmics que provenen de les administracions i van destinats a serveis i projectes públics d'interès general, el seu objectiu és garantir que la societat tingui els serveis necessaris.

Podem distingir-los en dos tipus:

1. El primer és el que l'Estat recapta per finançar serveis per al conjunt de la població. S'obté mitjançant impostos, deute públic, taxes i contribucions especials o transferències d'altres administracions.
2. El segon és el que les administracions donen directament a col·lectius o projectes amb l'objectiu de generar un benefici social. Aquí hi trobem les subvencions a entitats socials, ajuts a empreses, o el finançament d'universitats i centres de recerca.

Aquest finançament públic també té una relació directa amb el periodisme.

- Els mitjans públics (com TV3, Catalunya Ràdio o RTVE) es financen amb pressupostos públics per garantir informació de qualitat, plural i accessible a tota la ciutadania, independent de la lògica del mercat. La seva funció és donar servei públic.
- Els mitjans privats també poden rebre ajudes per diferents raons, com la protecció d'una llengua minoritzada, la difusió de la cultura o la innovació digital.

En distingim dos tipus de formes de suport econòmic. Ens pot arribar de manera directa a través dels pressupostos públics, o de manera indirecta a través de subvencions o de campanyes institucionals, tot i que cal posar-hi atenció, ja que aquestes poden ser utilitzades com a eina de pressió política, ja que, per exemple, l'administració pot prioritzar mitjans més afins ideològicament.

Per això es diu que aquest model té doble cara, ja que té avantatges i inconvenients. Per una banda, té aspectes positius com garantir l'existència de mitjans independents de les grans empreses i del mercat publicitari, reforçant així el pluralisme i l'accés de tothom a informació veraç. De altre banda pot comportar

riscos d'influència política si no es gestiona amb criteris de transparència i mecanismes de control externs.

4.1.2 NOMENAMENTS POLÍTICS EN DIRECCIONS EDITORIALS

L'inconvenient dels mitjans de comunicació públics és que sovint depenen del finançament estatal, i per tant amb aquesta relació acaben tenint una dependència de les decisions polítiques, que, per tant, implica que els governs puguin influir-hi directament. Una de les maneres més directes d'exercir influència sobre els mitjans és amb els nomenaments en les direccions editorials. Sovint, els càrrecs de més responsabilitat, com els directors generals o els caps d'informatiu, solen ser escollits pel govern o pel parlament. La manera d'escollir a qui donar el càrrec, és senzilla, una persona afí ideològicament al partit que governa. Aquest és un gran exemple de petits actes per acabar exercint influència, fet que posa en risc la independència periodística i la credibilitat del mitjà públic. A més, els directors escollits poden sentir-se pressionats a no criticar qui els ha nomenat.

Aquesta pràctica de pressió pot acabar actuant com a instrument de propaganda política. De fet, a Espanya hi ha hagut exemples clars, com els canvis de direcció de RTVE coincidint amb els canvis de govern, o les crítiques recurrents a TV3 i Catalunya Ràdio per la possible proximitat política. Aquestes situacions posen en dubte si els mitjans de comunicació serveixen l'interès general o l'interès del govern del torn.

A conseqüència dels debats sobre el tema diversos experts i professionals del sector demanden la necessitat d'implementar mecanismes de protecció, com processos de selecció transparents, càrrecs que no depenguin dels canvis polítics, supervisió de càrrecs externs i independents per supervisar la tasca. Al Regne Unit amb la BBC els sistemes de nomenaments són més independents i això millora la confiança ciutadana cap als mitjans públics.

En conclusió, els nomenaments polítics a les altes direccions editorials són un punt crític en la relació entre periodisme i finançament públic. Però sense cap mecanisme de supervisió, el risc de control ideològic és alt, fet que debilita la qualitat de la democràcia, ja que impedeix una informació lliure i plural. Si s'implementessin

mecanismes clars i transparents els mitjans públics podrien garantir que serveixen una informació plural i de qualitat per la societat.

4.2 CREACIÓ DE DISCURSOS OFICIALS

Una altra manera de com el finançament públic influeix en el periodisme és amb els discursos oficials. Els governs i institucions utilitzen els recursos públics i els mitjans de comunicació, especialment els públics, per difondre un relat que projecti la seva imatge i reforci la seva gestió. Aquest relat pot aparèixer tant en les informacions diàries com en les campanyes institucionals que són finançades per diners públics.

Exemples d'iniciatives que, tot i tenir un objectiu socialment positiu, també contribueixen a projectar una imatge del govern com a garant del benestar col·lectiu, podrien ser les campanyes de vacunació, seguretat viària, igualtat de gènere o prevenció de drogues.

Una manera senzilla de condicionar la percepció de la ciutadania és donar més cobertura a determinades notícies o determinats enfocaments, aquest fet que sembla insignificant pot consolidar un discurs oficial que deixa en segon pla altres visions o problemàtiques, o fins i tot reforçar discursos d'odi. Un exemple és el cas de RTVE, on en diverses ocasions els canvis de govern han anat acompanyats de canvis en el relat dominant, o a TV3, on també han rebut crítiques per la seva proximitat a la qüestió nacional catalana.

Aquest mecanisme, altre cop, té un doble efecte. Per una banda, pot ser positiu, ja que informa sobre qüestions d'interès general i promou valors col·lectius. Però, per l'altra banda, té un risc de convertir-se en propaganda política, en el cas de manca de pluralitat i transparència. També poden limitar l'espai per a veus crítiques o perspectives alternatives. La frontera entre informació pública i propaganda és molt difusa, i per això calen garanties que els missatges institucionals compleixin realment una funció de servei públic.

En conclusió, la creació de discursos oficials mostra que el finançament públic no només influeix en qui dirigeix els mitjans, sinó també en què s'explica i com s'explica. Sense mecanismes independents, aquests discursos poden limitar la llibertat d'informació i condicionar l'opinió pública, condicionant d'aquesta manera la qualitat de la democràcia. En canvi, amb els mecanismes transparents independents

com el de la BBC, es pot garantir que els missatges institucionals compleixen una funció social real, reduint el risc de control ideològic.

4.2.1 L'ÚS DEL LLENGUATGE

El llenguatge també és una eina molt poderosa a l'hora de crear discursos oficials, ja que determina com la ciutadania percep i interpreta la realitat. Els governs i les institucions sovint utilitzen campanyes i mitjans finançats amb diners públics per construir un relat favorable. Però la influència no només recau en que es diu, sinó també en com es diu.

Els eufemismes són paraules o expressions més neutres o positives que substitueixen paraules dures o negatives, l'objectiu d'aquestes és suavitzar l'impacte i fer el missatge més adient. Per exemple:

- “Retallades” → “ajustos presupostaris” o “optimització de recursos”.
- “Precarització laboral” → “flexibilització laboral”.
- “Morts civils” → “danys col·laterals”.
- “Augment d'impostos” → “contribució solidària”.

Aquestes expressions suavitzen les decisions impopulars, fent així, que siguin menys negatives.

Els marcs mentals o el *framing* consisteixen a presentar la informació dins d'un context que condiciona aquesta, és a dir, es podria dir que actuen com unes ulleres que orienten la visió de la realitat. Per exemple:

- “Crisi migratòria” vs. “acollida de refugiats”.
- “Aldarull” vs. “manifestació pacífica”.
- “Okupas entren a un pis” vs. “gent amb pocs recursos recorren a entrar a un pis desocupat per poder estar un temps calents”

Tot i que no ho pugui semblar aquestes frases permeten destacar els aspectes que interessin i invisibilitzar-ne d'altres. Són una eina freqüent en els mitjans de comunicació, ja que reforcen un discurs determinat.

Aquesta manipulació que es pot exercir des del llenguatge està relacionat amb el finançament públic i els mitjans de comunicació, siguin públics o privats amb subvencions. Les campanyes institucionals que es financen amb els diners públics poden utilitzar eufemismes o *framing* per legitimar polítiques i condicionar l'opinió pública.

L'ús del llenguatge té aspectes positius i negatius, per un costat pot fer més comprensible informació complexa, però per l'altre costat sense transparència s'acaba convertint en un instrument de propaganda política, reduint així visions alternatives.

Si els mitjans reproduïxen el llenguatge favorable al govern, altre cop, es debilita la qualitat de la democràcia, ja que condiciona la formació de l'opinió pública, i sobretot, la capacitat de prendre decisions a partir d'informació neutral. És per això que fan falta mecanismes transparents als mitjans públics i una ciutadania crítica.

En conclusió, els eufemismes i el *framing* són una eina clau a l'hora de crear discursos oficials, ja que si s'utilitzen de manera incorrecta poden ser un instrument de control ideològic. L'esperit crític de la població és realment important per detectar aquestes petites eines clau amagades en els discursos, ja que realment són difícils de detectar i sovint condicionen en la manera en què percebem les coses. Això juntament amb transparència i pluralitat és essencial per garantir que els mitjans públics compleixin la seva funció de servei públic.

4.2.2 RODES DE PREMSA, COMPAREIXENCES I FILTRACIONS CONTROLADES

Les rodes de premsa i compareixences són instruments amb els quals el govern comunica les seves decisions, d'aquesta manera es manté a la població informada, tot i que això també permet que es seleccioni la informació de manera positiva cap a les institucions, i fins i tot reservar la que no es vulgui comunicar.

Hi ha diversos mecanismes de control de la informació, el govern pot restringir preguntes, limitar de temps en les intervencions, o fins i tot, fer filtracions controlades. Sovint s'utilitzen, són informacions difoses de manera selectiva per veure com reacciona la ciutadania davant d'aquesta, i d'aquesta manera orientar el relat cap al costat que més interessa. Per exemple, la filtració de mesures econòmiques o polítiques abans que aprovin formalment, permeten preparar la reacció social.

Aquest control afecta els dos tipus de mitjans de comunicació, els periodistes depenen de les fonts oficials d'informació i això pot condicionar-ne la cobertura. Els mitjans privats que depenen de les subvencions o, fins i tot, que tenen accés privilegiat a informacions determinades també poden reproduir el relat oficial, reforçant així la narrativa oficial. Tots els processos estan lligats, però aquest especialment, ja que molts cops durant les rodes de premsa s'incorporen eufemismes i marcs mentals.

Les compareixences i rodes de premsa també tenen aspectes molt positius com que la informació que s'hi dona es difon ràpidament amb la certesa de ser informació oficial, si s'utilitza aquesta informació de manera transparent i completa ajudaran a reforçar la credibilitat institucional. Es donen sobretot en notícies complexes que afecten la societat, com van ser en el seu moment les restriccions per la COVID-19, dificultant així la difusió de desinformacions.

Els aspectes negatius que poden comportar les rodes de premsa són evidents quan aquestes volen ser una eina per controlar el relat. Si s'utilitzen amb aquesta finalitat, no només es transmet informació, sinó que pot estar manipulada, triant què s'explica i què no. D'aquesta manera en comptes d'incentivar el diàleg amb la ciutadania, es

converteixen en un instrument de manipulació pública, reforçant així una determinada visió, amb uns determinats interessos.

Si s'utilitza de manera responsable garanteix transparència, pluralitat mediàtica i autonomia periodística.

4.3 EL PODER DE L'AGENDA-SETTING I EL GATEKEEPING

La funció dels mitjans de comunicació, com bé sabem, és transmetre la informació. Però també tenen el poder d'influenciar què és important. L'agenda-setting és exactament això, la capacitat dels mitjans per decidir quins temes són prioritaris i, per tant, reben més cobertura, amb l'objectiu de influenciar la percepció pública sobre la importància de determinats esdeveniments. El *gatekeeping* fa referència a la selecció i filtració de notícies, els editors decideixen quines informacions es difonen a la ciutadania i quines se censuren, amb l'objectiu d'influenciar quins temes han de tenir més importància.

Els mitjans públics han de cobrir determinats temes d'interès general, com podrien ser reformes educatives, mentre que els mitjans privats els podrien ignorar. D'aquesta manera permeten donar visibilitat a qüestions socials, educatives, culturals o sanitàries.

També hi ha diverses maneres d'influir en l'agenda pública, i els apartats explicats anteriorment en són un gran exemple. L'ús del llenguatge, les rodes de premsa i les filtracions controlades són eines que permeten orientar l'agenda cap a les preferències del govern. D'aquesta manera, el govern pot triar quins temes apareixen amb més força als mitjans i com s'expliquen, per tant, les institucions tenen el poder de marcar què té més pes a l'hora de marcar l'agenda.

Un exemple clar d'aquest fenomen és la prioritització de notícies sobre campanyes institucionals o decisions del govern, mentre que qüestions crítiques, com escàndols polítics o denúncies d'oposició, poden rebre menys cobertura o aparèixer en seccions menys visibles.

Aquestes pràctiques tenen un impacte directe sobre la democràcia. Els processos d'*agenda-setting* i de *gatekeeping* poden influir en la percepció que la ciutadania té sobre la importància d'un esdeveniment o d'un fet determinat.

4.3.1 QUÈ ES DIU I QUÈ NO

No tota la informació que arriba als ciutadans ho fa de la mateixa manera, en aquest procés els mitjans de comunicació tenen un paper fonamental. El concepte de *gatekeeping* participa clarament aquí: els editors i responsables de continguts decideixen quina informació es publica i quina queda oculta, condicionant així la percepció pública de la realitat. Aquesta selecció té un impacte directe en què la ciutadania considera important, i forma part del poder de l'agenda-setting, ja que determina quins temes es perceben com a prioritaris.

Els temes que són prioritzats, normalment, són aquells que reforcen el relat oficial o que són estratègics pels governs. Per exemple, campanyes institucionals sobre salut, reformes educatives, decisions econòmiques positives o iniciatives culturals. Aquests temes es presenten amb un llenguatge positiu i clar, utilitzant eufemismes o marcs mentals que reforcen la imatge del govern. Un exemple concret seria la cobertura mediàtica de campanyes de vacunació, on es destaca l'eficàcia i el benefici social, mentre que les possibles dificultats logístiques reben menys atenció.

En conseqüència, els temes que queden ocults són aquells que podrien comportar una percepció negativa del govern, com escàndols polítics, crítiques de l'oposició o conflictes socials. Per reduir l'impacte d'aquestes notícies, les poden fer aparèixer en seccions menys visibles, com a titulars neutres, cobertura limitada o, fins i tot, no ser publicades.

Els efectes sobre l'opinió pública són evidents. Quan determinats temes reben més cobertura i altres són ocults per interessos, la ciutadania percep una realitat parcial i pot considerar com a prioritari allò que els mitjans han destacat. Això condiciona la percepció de la realitat.

A més, la selecció del que es diu i del que no està vinculada amb les altres estratègies de construcció de discursos oficials, prèviament mencionades. L'ús del llenguatge, els eufemismes i els marcs mentals, les rodes de premsa i les filtracions controlades, contribueixen a reforçar l'agenda marcada pels mitjans, destacant certes informacions i ocultant altres, de manera que els temes prioritzats semblin més rellevants.

4.3.2 COM ES PRESENTA LA INFORMACIÓ

En el periodisme, no només és important quins temes es comuniquen, sinó també la manera en què es comuniquen. Com es presenta la informació té un impacte directe en la percepció ciutadana i és una eina fonamental dins l'*agenda-setting* i el *gatekeeping*. A través de la selecció, el llenguatge, les imatges i la tonalitat, els mitjans poden reforçar el discurs oficial o minimitzar certs temes, condicionant així l'agenda pública.

Un dels elements més evidents és la selecció de les notícies. Les informacions considerades més rellevants apareixen en titulars o a la portada mentre que altres, potencialment crítiques o menys interessants per al govern, són afegides a seccions secundàries, amb titulars neutres o cobertura limitada. Aquesta jerarquització condiona el que la ciutadania percep com a prioritari i influeix directament en la construcció de l'agenda pública. Un exemple podria ser la prioritització de notícies sobre campanyes de salut o mesures econòmiques, mentre que conflictes socials reben menys visibilitat.

L'ús del llenguatge és una altra eina fonamental. Els mitjans poden utilitzar eufemismes per suavitzar notícies negatives o marcs mentals (*framing*) per orientar la interpretació de la informació. Per exemple, descriure una protesta com a "manifestació pacífica" o "aldarull" pot modificar completament la percepció dels fets. Aquest recurs està vinculat amb les estratègies dels punts anteriors, reforçant la narrativa oficial i la manera com els temes apareixen als mitjans.

Els recursos visuals també influeixen en la percepció. Fotografies, gràfics o vídeos poden amplificar la importància d'una notícia o generar emocions específiques. Per exemple, mostrar imatges d'èxits en campanyes sanitàries o socials reforça la percepció positiva del govern, mentre que l'absència d'imatges en notícies crítiques pot minimitzar-ne l'impacte.

La tonalitat i els enfocaments editorials són un altre element clau. Les notícies poden presentar-se amb un enfocament positiu, neutre o crític segons la proximitat ideològica del mitjà o la influència política. El to narratiu, la selecció de paraules i la

manera de relatar els fets contribueixen a formar l'opinió pública, reforçant la imatge del govern o de les institucions.

A part dels riscos de manipulació, la manera de presentar la informació té un aspecte positiu. Quan es fa amb transparència i rigor, ajuda la ciutadania a comprendre temes complexos i facilita la presa de decisions informades, especialment en qüestions socials, sanitàries o econòmiques.

Els efectes sobre la ciutadania poden tenir impactes a llarg termini. La forma de presentar les notícies no només determina què es percep com a rellevant, sinó que també condiciona les opinions sobre les polítiques públiques. La repetició d'alguns enfocaments pot influir en la participació democràtica.

4.4 XARXES SOCIALS NOVA EINA DE MANIPULACIÓ MASSIVA

Les xarxes socials han esdevingut una plataforma central en la difusió d'informació, convertint-se en un nou factor amb gran capacitat d'influència sobre l'opinió pública. A diferència dels mitjans tradicionals, la informació circula de manera immediata, amb un abast global i sense la mateixa supervisió editorial que caracteritza els mitjans convencionals. Aquesta rapidesa i amplificació multiplica tant les oportunitats com els riscos de manipulació massiva.

Els algoritmes de les xarxes socials juguen un paper clau en aquest procés. Seleccionen i prioritzen el contingut segons els interessos, les interaccions i el comportament dels usuaris, fent així una agenda digital que pot influir en el que la població percep com a rellevant. Aquí, el filtratge i la priorització de continguts no depenen d'editors humans, sinó d'algoritmes dissenyats per maximitzar l'ús i la interacció dels usuaris.

Les xarxes socials també faciliten la difusió de notícies falses, desinformació o continguts parcialment esbiaixats, amb un impacte directe sobre la percepció pública. La propagació de *fake news* pot reforçar estereotips, prejudicis o narratives oficials, sovint sense que la ciutadania en sigui conscient. Aquest fenomen es veu amplificat pels *filter bubbles*, que fan que els usuaris rebin principalment continguts afins a les seves opinions, limitant la pluralitat i dificultant el contrast crític de la informació.

Un exemple clar són les campanyes polítiques o institucionals recents, com la difusió de notícies falses durant eleccions o durant la pandèmia de COVID-19, on es van difondre missatges preseleccionats per reforçar narratives oficials i disminuir la visibilitat de perspectives oposades. Aquest fenomen afecta directament processos democràtics com eleccions o la percepció de polítiques públiques.

Les xarxes socials no actuen de manera aïllada, sinó que sovint reforcen o contradiuen la narrativa dels mitjans tradicionals, tant públics com privats. La combinació de cobertura mediàtica i difusió digital pot amplificar l'efecte de manipulació, especialment quan hi ha influència política o publicitat institucional involucrada.

A més, aquesta exposició constant té impactes psicològics i socials. L'atenció del públic es concentra en continguts curts i visuals, es potencia la polarització de l'opinió i es genera un efecte d'eco, on les opinions similars es reforcen mútuament mentre les perspectives divergents es releguen o s'ignoren.

Per lluitar contra aquests efectes, és fonamental promoure estratègies de consum crític d'informació i regulació: educació digital, verificació de fonts, contrast de notícies i obligació de transparència en els algorismes de les plataformes. Amb aquestes mesures els ciutadans podrien utilitzar les xarxes socials com a eina d'informació i participació sense caure en la manipulació massiva.

5. PART PRÀCTICA

Inicialment, la part pràctica del meu Treball de Recerca s'havia de centrar en la creació d'un rànquing mundial per analitzar en quins països hi ha més manipulació mediàtica. Al principi de la meva recerca, vaig descobrir que Reporters Sense Fronteres ja ofereix aquesta classificació de manera ampliada. Per aquest motiu, vaig decidir que no podia limitar-me només a aquest rànquing. Uns dies després, vaig considerar interessant fer una comparació entre la informació que jo anava trobant i el contingut del rànquing ja establert per Reporters Sense Fronteres. Així doncs, la primera part de la pràctica consisteix en una anàlisi comparativa de cinc països amb posicions diferents dins d'aquesta classificació.

La segona part inclou una recopilació diària de *fake news* i a continuació un estudi sobre el posicionament ideològic dels mitjans de comunicació. Seguidament, es presenten els resultats d'unes enquestes realitzades a professionals del sector, a més de la població. També hi trobareu una comparació entre com diferents mitjans tracten una mateixa notícia.

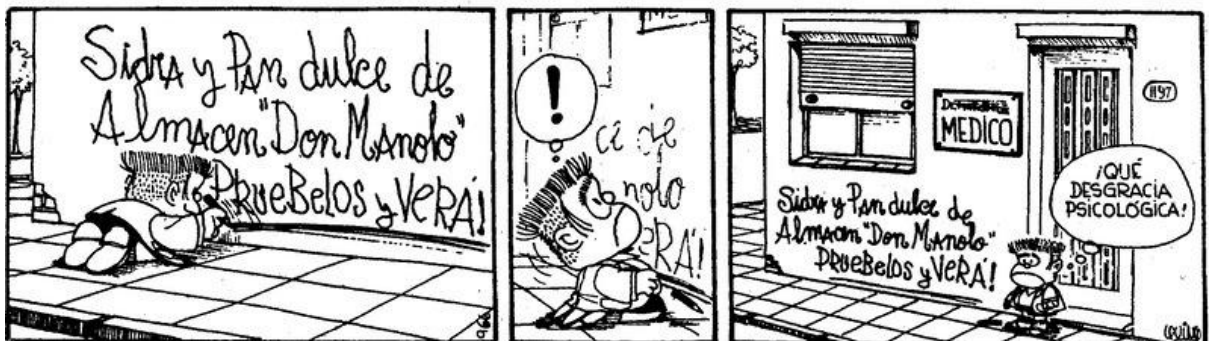
Finalment, he volgut incorporar una petita investigació de casos pràctics de manipulació informativa, per tal de tancar la part pràctica amb exemples concrets que reforcin les conclusions del treball.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - I*. Panarea Digital.

6. CLASSIFICACIÓ MUNDIAL

En aquest apartat, com ja he explicat, inicialment volia elaborar un rànquing mundial sobre la influència del poder en el periodisme, però vaig comprovar que ja n'existia un de fets per Reporters Sense Fronteres. Tot i això, vaig decidir fer una petita recerca per analitzar-ho des del meu punt de vista. Per comprovar la classificació, vaig escollir cinc països, classificats en diferents nivells. Un cop els vaig escollir, vaig buscar la mateixa informació sobre cada país. Amb la informació recopilada, finalment vaig extreure conclusions.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - 1*. Panarea Digital.

Per comprovar si concordo amb el rànquing ja fet per Reporters Sense Fronteres he seleccionat un país de cada tipus:

- He seleccionat Noruega, com a color verd, ja que és situa com el país amb menys repressions al periodisme. La valoren amb un 92,31 de puntuació, ja que, tot i haver-hi cadenes dominants (NRK a la ràdio i VG al diari digital), hi ha uns 230 mitjans de comunicació. Els polítics de Noruega respecten la llibertat de premsa i no intervenen en els mitjans de comunicació. A més es garanteix el dret a la llibertat d'expressió i el dret a la informació, la societat dona suport al periodisme independent, tot i que, puntualment reben ciberassetjament i amenaces.
- Com a segon lloc he seleccionat Espanya, amb un color groc, aquest se situa al lloc 23 de 180 països, amb una classificació de 77,35 de puntuació. A Espanya, els mitjans agrupats a la FORTA tenen risc d'influència política, en canvi, la premsa és més diversa i plural. Pateix una forta polarització política, tot i les mesures de transparència de Pedro Sánchez. La ciutadania és tolerant tot i que la polarització genera ciberassetjament contra periodistes.
- Amb el color groc tirant cap a taronja he escollit Panamà, se situa al lloc 53 de 180 països, amb una puntuació de 66,75. A Panamà els mitjans pertanyen a l'elit econòmica. En els últims anys les relacions entre el govern i la premsa s'han deteriorat, fet que comporta a l'autocensura per por a demandes judicials, a més les lleis ofereixen poca protecció als periodistes. El govern controla la majoria de la informació a través de la publicitat institucional, tot i que hi ha poques agressions físiques a periodistes, la justícia és l'amenaça més gran per a la llibertat de premsa.
- He seleccionat Bolívia amb un color taronja fosc, aquest se situa al lloc 93 de 180 països i té una classificació de 54,09. A Bolívia, l'Estat controla molts mitjans de comunicació, a més la majoria d'aquests són privats, fet que fomenta l'autocensura. Als últims anys han incrementat els atacs a la premsa, a més les lleis permeten retirar informacions que "ofenguin" al govern. Els mitjans independents pateixen grans pressions econòmiques. Des del 2020, la violència cap als periodistes ha augmentat amb agressions, saquejos, i fins i tot, casos de segrest i tortures.

- Finalment, he escollit Jordània, amb un color vermell fort. Se situa al lloc 147 de 180 països, i té una puntuació de 35,25. A Jordània la premsa és molt poc independent i els mitjans de comunicació estan sota control estatal. Les autoritats escullen els directors dels mitjans i censuren temes com la corrupció, a més, l'any 2023 es va aprovar una llei que penalitza les notícies que "danyen la reputació" fomentant així, l'autocensura. Els periodistes són vigilats pels serveis d'intel·ligència, pateixen persecucions i multes.

Un cop he escollit quins països vull valorar, he separat en apartats la recerca que he fet de cada país. A cada país li he atribuït una puntuació de 5 a 0, essent 5 menys repressió a 0 total repressió; segons els resultats de la meva recerca.

CENSURA DIRECTE:

	Hi ha temes prohibits?	Els periodistes poden ser detinguts per la seva feina?
NORUEGA	5	5
ESPANYA	5	3
PANAMÀ	3	3
BOLÍVIA	1	1
JORDÀNIA	0	0

PROPAGANDA ESTATAL

	El govern controla els mitjans públics?	Els mitjans només mostren el punt de vista del govern?
NORUEGA	5	5
ESPANYA	1	3
PANAMÀ	1	3

BOLÍVIA	0	1
JORDÀNIA	0	0

INDEPENDÈNCIA DELS MITJANS

	Els mitjans privats tenen llibertat per publicar?	Els propietaris dels mitjans estan lligats al poder polític?
NORUEGA	5	5
ESPANYA	3	1
PANAMÀ	3	1
BOLÍVIA	3	1
JORDÀNIA	0	0

ACCÉS A LA INFORMACIÓ

	Hi ha lleis de transparència?	La població pot accedir a la informació objectiva?
NORUEGA	5	5
ESPANYA	3	3
PANAMÀ	3	1
BOLÍVIA	3	1
JORDÀNIA	1	1

REPRESSIÓ O PERSECUCIÓ DE PERIODISTES

	Hi ha amenaces, agressions o assassinats?	Els periodistes s'autocensuren per por?
NORUEGA	3	5
ESPANYA	5	3

PANAMÀ	1	1
BOLÍVIA	0	0
JORDÀNIA	0	0

PRESENCIA DE DESINFORMACIÓ INSTITUCIONAL

	El govern difon fake news o narratives enganyoses?	Manipula dades oficials?
NORUEGA	5	5
ESPANYA	5	5
PANAMÀ	3	3
BOLÍVIA	1	0
JORDÀNIA	0	0

Seguidament he fet un recompte dels resultats:

NORUEGA	48
ESPANYA	30
PANAMÀ	20
BOLÍVIA	11
JORDÀNIA	2

Amb aquests cinc exemples de països reconeguts cada un d'ells a un diferent nivell de manipulació, m'he adonat de com la llibertat de premsa està molt relacionada amb la política cada país:

- Noruega té un model de llibertat de premsa molt alta, amb mitjans independents, accés a informació veritable i garanties legals.
- Espanya té una premsa plural i legalment lliure, però amb problemes com la polarització, l'ús de partits als mitjans públics i la concentració de propietat.
- Panamà té una llibertat formal, però amb pressions polítiques, autocensura i dependència de la publicitat governamental, és a dir amb una transparència millorable.
- Bolívia és una democràcia amb alta polarització, hi ha pluralitat formal, però també pressions, censura indirecta i manipulació informativa per part del govern.
- Jordània té unes restriccions clares, la monarquia i les lleis de seguretat limiten la llibertat de premsa, provoquen molta autocensura i garanteixen un control del discurs públic.

7. RECOPILACIÓ DE FAKE NEWS

Aquest apartat, des del començament, no tenia una direcció definida. Seguint la proposta del meu tutor de Treball de Recerca, vaig començar a recopilar diàriament les notícies falses que es comenten a RAC1. A partir d'aquesta recopilació, he pogut extreure algunes conclusions que m'han ajudat a reflexionar sobre la difusió de narratives enganyoses.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - 1*. Panarea Digital.

Al llarg del mes de Juny, he fet una recopilació diària de notícies falses que circulen pels mitjans: premsa, xarxes socials, ràdio i televisió. He pogut comprovar que moltes d'aquestes informacions es comparteixen abans que ningú les verifiqui, i quan es contrasten amb fonts fiables es veu clarament que són falses.

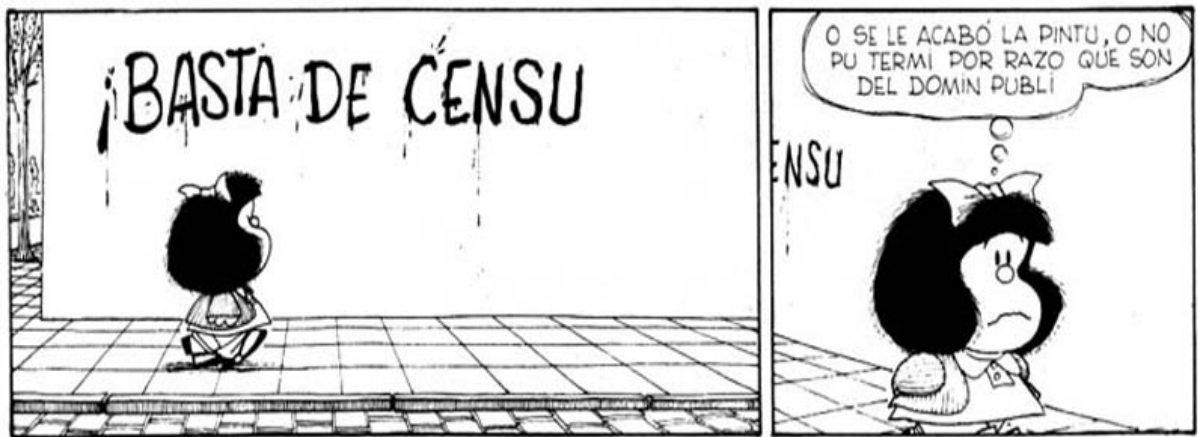
A través d'aquest exercici m'he adonat que la desinformació no es únicament a l'àmbit polític, sinó que abasta molts altres camps: salut, ciència, societat, cultura, espectacles i fins i tot aspectes diaris. He trobat exemples molt diversos, des de notícies sobre la crema solar o les llavors de xia, fins a temes com la rotació de la Terra, ajudes LGTBI, la suposada implantació de la Sharia a Girona, concerts, rumors sobre l'orina a les piscines o el color del rovell de l'ou. Tot això evidencia que les *fake news* busquen arribar a qualsevol tipus de públic.

Una gran part de les informacions falses que he analitzat s'ajuden amb les imatges generades o modificades amb intel·ligència artificial, cosa que en reforça la credibilitat. Sovint, el seu objectiu és provocar reaccions emocionals, com la por o la indignació. He pogut veure que utilitzen recursos com imatges manipulades, exageracions, distorsions o la manca de context per aconseguir-ho.

Això m'ha fet adonar-me sobre la rapidesa amb què es difonen les notícies falses avui dia i sobre la importància d'educar la població per desenvolupar un pensament crític. Cal aprendre a llegir les notícies amb precaució, qüestionar-les i verificar sempre les fonts abans de donar-les per certes.

8. POSICIONAMENT

Tenia clar que volia incloure un punt on es pogués percebre la ideologia de cada mitjà de comunicació. Tot i que no es tracta d'una part pràctica, he decidit incorporar-la en aquest apartat perquè considero que té una relació important amb els continguts que es tracten a continuació i ajuda a contextualitzar millor les estratègies de manipulació analitzades.



Quino. (2020). *Mafalda & Friends - 1*. Panarea Digital.

MITJANS D'ÀMBIT ESTATAL:

- El País: Centre-esquerra
- El Mundo: Centre-dreta/ dreta
- ABC: Dreta/ Monàrquic/ Conservador
- La Razón: Dreta/ Molt conservador
- Público: Esquerra
- El Diario.es: Centre-esquerra/ Progressista
- La Vanguardia: Centre-dreta/ Progressista
- Cadena SER: Centre-esquerra
- COPE: Dreta/ Catòlic/ Conservador
- Onda Cero: Centre- dreta
- RTVE: Públic/ Centre-esquerra
- Antena 3: Centre-dreta
- La Sexta: Centre-dreta
- Telecinco: Sensacionalista/ Apolític

MITJANS DE CATALUNYA:

- TV3: Centre-esquerra catalanista
- Catalunya Ràdio: Centre-esquerra catalanista
- El Punt Avui: Centre-esquerra catalanista
- Ara: Centre-esquerra/ Sobiranista moderat
- Vilaweb: Esquerra independentista
- Nació Digital: Centre-esquerra catalanista
- La Vanguardia: centre-dreta moderat
- El Periódico de Catalunya: Centre-esquerra catalanista
- 8tv: Centre-dreta unionista

MITJANS D'EUSKADI:

- EITB: Públic/ Centre-esquerra
- Berria: Esquerra abertzale
- Deia: Centre-dreta basquista
- El Correo: Centre-dreta espanyolista
- Diario Vasco: Centre-dreta espanyolista

MITJANS DE GALÍCIA:

- La Voz de Galicia: Centre-dreta regionalista
- Galicia Confidencial: Centre- esguerra galleguista
- Seremos Galizia: Esquerra nacionalista
- CRTVG: Públic/ Galleguista

MITJANS DEL PAÍS VALENCIÀ:

- À punt: Centre-esquerra valencianista
- Levante-EMV: Centre-esquerra regionalista
- Las Provincias: Centre-dreta espanyolista
- Valencia Plaza: Centre-dreta

MITJANS DE LES ILLES BALEARS:

- IB3: Centre-esquerra balearista
- Diari de Balears: Centre-esquerra sobiranista
- Última Hora: Centre-dreta

9. ENQUESTES

Aquest apartat té com a objectiu recollir diferents perspectives sobre les relacions entre el govern i el periodisme, mitjançant enquestes i entrevistes a diversos professionals del sector. Entre aquests, hi ha un expert en *fake news*, professionals del periodisme i premsa, polítics, un empresari, i finalment la població, de manera general. L'objectiu és obtenir una visió completa sobre com es percep la informació i la seva manipulació des de diferents punts de vista.

Vull aprofitar aquest espai per agrair de nou, a tots la seva col·laboració.



Elgueta, F. (1994). Senyores telespectadors... [Vinyeta].

9.1 ENTREVISTA A EMPRESARI

La meva idea principal era entrevistar a empresaris per valorar la relació que tenen respecte al poder, ja que em semblava interessant entendre com ells veuen la influència. Vaig enviar diversos missatges, i en vaig rebre resposta. Tot i això, finalment només un dels empresaris va acabar acceptant l'entrevista. És per això que la varietat de perspectives que volia en aquest àmbit, no l'he aconseguit. Tot i això l'entrevista que he realitzat aporta informació rellevant.

9.1.1 ENTREVISTA A EDUARD VIDAL

L'Eduard Vidal és el vicepresident dels supermercats Valvi, el seu pare és el màxim accionista del diari El Punt Avui i de Televisió de Girona. He aconseguit l'entrevista amb l'ajuda de contactes propers a ell i l'entrevista s'ha fet de manera presencial. (JB) Jana Bosacoma, (EV) Eduard Vidal.

- (JB) Hola, em dic Jana Bosacoma i actualment estic cursant segon de batxillerat. Estic fent el meu treball de recerca sobre la relació entre els governs i el periodisme. He preparat una sèrie de preguntes per fer-te. Però abans necesito saber si puc gravar la teva veu, per després transcriure l'entrevista?
- (EV) Bones, si tranquila.
- (JB) La primera és, quin paper creus que tenen els mitjans de comunicació locals en l'opinió pública d'una ciutat?
- (EV) Els mitjans locals, dius, o tots en general?
- (JB) Els locals.
- (EV) Ah, bé, igual que tots en general, jo crec que els mitjans tenen molta influència en l'opinió pública, perquè la gent generalment s'informa de l'actualitat a través dels mitjans, o a través de les xarxes socials també, i això conforma la seva opinió. A vegades l'opinió de la gent ve molt modelada pel que diuen els mitjans.
- (JB) I creus que poden influir de manera política en la població, aquests mitjans?
- (EV) Sí, i tant. Perquè el mitjà, com la mateixa paraula diu, és el mitjà que fa servir el polític per dirigir-se a la població. Llavors, si un mitjà dona veu més a uns polítics que a uns altres, o afegeix opinions pròpies més cap a una banda o a l'altra, això influeix. Pot influir molt sobre l'opinió.
- (JB) I què us va motivar, vosaltres que sou una empresa d'alimentació, a comprar uns mitjans de comunicació
- (EV) Nosaltres som un cas una mica especial, i bàsicament és pel caràcter que té el meu pare, que és l'empresari. Ell va comprar Televisió de Girona, que va ser el 2006 em sembla, abans ja tenia participació, i després el 2011

va comprar El Punt Avui, però ell sempre, tant una cosa com l'altra, l'ha fet per fer una labor social, una mica. No pel que em poguéssim treure d'influència ni política, ni empresarial, ni de cap mena. Simplement, Televisió de Girona era, en aquell moment, un canal que l'havien impulsat un grup de persones, amateurs, i que, bueno, impulsar una cosa així costa molt, van començar a demanar ajuda, i el meu pare, per donar un servei a la ciutat, a Girona, els hi va anar ajudant fins que al final la va comprar. I el cas d'El Punt Avui és una cosa semblant. El Punt Avui és com una institució a Girona, és un mitjà que té molts anys d'història, i era una de les maneres d'informar-se als gironins, i va tenir problemes econòmics, i nosaltres vam entrar, però més que res, per fer un servei social a la població de Girona.

- (JB) En que creus que us va afavorir com a empresa l'adquisició d'aquests mitjans de comunicació
- (EV) Nosaltres també tenim una mentalitat de tornar a la població una part del que ens ha donat com a negoci de supermercats. I això ho fem amb accions de responsabilitat social corporativa. No només aquests dos mitjans, sinó altres coses que fem.
- (JB) Vau marcar una línia editorial a l'hora d'informar?
- (EV) No, no, nosaltres sempre hem donat llibertat absoluta al director editorial o qui sigui, i sempre intentant... Bé, també és una mica diferent a Televisió de Girona, que era pràcticament al 100% nostre, o al Punt Avui, que teníem un percentatge més petit. A Televisió de Girona sempre hem intentat donar, si parlem de polítics, donar veu a tots els polítics, sense importar el color que tinguin, i amb total llibertat pel director.
- (JB) Heu tingut algun dilema mai sobre informar? O també ho heu deixat als editors?
- (EV) Ho hem deixat sempre als editors.
- (JB) Heu rebut pressions desde l'ajuntament de Girona perquè la informació s'enfoqui d'una determinada manera?
- (EV) Home, pressions alguna vegada sí que n'hem tingut, però sempre hem intentat ser força independents i no deixar-nos influir.
- (JB) Com valoren aquesta relació entre els mitjans de comunicació i les empreses?

- (EV) La relació... Bé, una cosa és el nostre cas, i l'altra cosa són empreses grans que intenten influir sobre els mitjans de comunicació pel seu benefici. Això també existeix. Hi ha empreses grans que paguen a mitjans de comunicació perquè aquests mitjans parlin bé d'elles o a vegades no parlin malament, sobretot si estan en sectors que són molt sensibles per la població. I això passa.
- (JB) Quins mitjans creu que hauria de posar un govern per garantir la imparcialitat dels mitjans de comunicació privats que reben subvencions?
- (EV) Jo crec que hauria de posar uns criteris i uns límits més clars i que no puguin canviar cada vegada que hi ha un canvi de color del govern. Perquè, clar, hi ha dues maneres d'incentivar els mitjans de comunicació. Una és amb les subvencions, que sí que estan molt reglades. I l'altra, que potser és quasi més important, és amb les campanyes de publicitat que els governs encarreguen als mitjans i que també és una forma de subvencionar-los. Llavors, aquestes campanyes de publicitat no estan tan reglades i el polític de torn que estigui al govern pot decidir si dedica més diners de publicitat a un mitjà o a l'altre. I d'aquesta manera influeix.
- (JB) Quin paper creus que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?)
- (EV) Els mitjans públics haurien de tenir el paper d'informar d'una manera professional i d'una manera... o sigui, no sesgada. Donar la informació correctament i, per tant, ser un punt d'informació que la gent se senti més segura que el que està rebent és informació real i no sesgada. Això per contra de les xarxes socials, perquè hi ha molta gent que s'informa a través de les xarxes socials i allò no té cap garantia de res. Llavors, això. Jo crec que els mitjans públics haurien de ser fons d'informació professional i... com es diu?
- (JB) Imparcial.
- (EV) No em sortia la paraula.
- (JB) Doncs ja està. I, per últim, puc publicar el teu nom i el teu encàrrec?
- (EV) Si
- (JB) Doncs ja està. Moltíssimes gràcies.

De l'entrevista es poden treure diverses conclusions sobre com es relacionen els mitjans de comunicació, les empreses i els governs. En primer lloc, es veu que els mitjans tenen molta influència sobre l'opinió de la gent. Segons l'Eduard, la majoria de la població s'informa a través dels mitjans o de les xarxes socials, i això fa que moltes opinions estiguin condicionades per com es presenten les notícies o per quins polítics apareixen més a la televisió o a internet. És a dir, els mitjans poden influir bastant en la política i en el que pensa la ciutadania.

L'Eduard explica també que quan les empreses compren mitjans de comunicació, poden fer-ho per motius diferents. En el seu cas, la compra de mitjans com Televisió de Girona o el diari El Punt Avui es va fer sobretot per donar un servei a la comunitat i retornar alguna cosa a la societat, i no per intentar influir en la política o en els negocis. Això forma part del que es diu responsabilitat social de l'empresa, que consisteix a tornar a la societat una part dels beneficis que genera.

Una altra idea important és que els mitjans han de tenir independència editorial. L'Eduard assegura que els propietaris no decideixen què s'ha de publicar i que les decisions sobre les notícies les prenen els editors o directors. Tot i això, també admet que de vegades hi pot haver pressions, especialment dels polítics, encara que ell intenta que els mitjans siguin independents.

A més, l'entrevistat explica que la relació entre empreses i mitjans pot ser complicada. Algunes empreses grans poden intentar influir en les notícies, pagant perquè es parli bé d'elles o intentant evitar que es publiquin informacions negatives. Això mostra que els interessos econòmics poden condicionar el que es publica.

Finalment, l'Eduard creu que els governs haurien de tenir normes més clares i estables per donar subvencions i publicitat als mitjans, per evitar que aquests diners s'utilitzin amb finalitats polítiques. També defensa que els mitjans públics tenen un paper molt important en una societat democràtica: han d'oferir informació professional, fiable i imparcial, que serveixi com a referència davant la desinformació que sovint circula a les xarxes socials.

9.2 ENTREVISTA A CAP DE PREMSA

La meua idea principal en aquest àmbit era entrevistar a caps de premsa d'ajuntaments, però també volia entrevistar a caps de premsa de la Generalitat o d'institucions. Per valorar si funcionen de la mateixa manera dins d'un poble i davant d'una gran ciutat, a més per valorar com ells plantegen la informació de manera favorable. Vaig enviar diversos missatges, però no en vaig rebre resposta a cap. Tot i això, amb l'ajuda del meu tutor de TdR, he aconseguit arribar a un. És per això que la varietat de perspectives que volia en aquest àmbit, no l'he aconseguit. Tot i això l'entrevista que he realitzat aporta informació rellevant.

9.2.1 ENTREVISTA A OT MANRESA

La següent entrevista es a l'Ot Manresa, cap de premsa i protocol d'ajuntament. L'entrevista ha estat facilitada per el meu tutor de TdR, Ivan Güell i s'ha fet de manera escrita.

- Per a tu quina és la funció del departament de premsa dins l'ajuntament en una societat democràtica com la nostra?

Personalment, trobo que la funció del departament de premsa dins un Ajuntament actual és la de gestionar la comunicació interna, la comunicació externa i les relacions amb el públic objectiu (ciutadania, entitats i/o empreses) així com amb els intermediaris (mitjans de comunicació i plataformes). Personalment, però, trobo que hem de fer l'esforç de canviar el concepte de departament de premsa per departament de comunicació. Si bé engloba més el concepte i les necessitats actuals: des de redactar notes de premsa, passant per dissenyar cartelleria o estratègies comunicatives fins a la realització de productes audiovisuals.

- Quan redacteu una nota de premsa, com decidiu quin enfocament donar a la notícia?

Enfoquem el punt de vista en uns punts clau: la resolució (del problema o oportunitat que genera l'acció de govern), el positivisme i la transparència. El posicionament, és clar, és des del punt de vista de l'Ajuntament. Explicant què s'ha fet i els motius. Assenyalant com s'ha fet i qui se'n veu beneficiat de la millora (veïns i veïnes). Per tant, l'enfocament sempre persegueix la voluntat transparent de l'acció duta a terme: la de millorar o haver d'escollir una cosa en benefici a la majoria de la ciutadania i amb la responsabilitat de gestionar diners i espai públic.

- Com es fa per presentar una notícia institucional de manera favorable?

Principalment explicant els beneficis que té l'acció. Explicant què i com es millora. També fins i tot afegint un punt històric on es detalla si hi havia

reclamacions o propostes anteriors que han dut a resoldre finalment a aquesta acció.

Sempre cal mantenir el to institucional: l'Ajuntament és de tothom i per tant cal parlar en benefici de tots. "Aconseguint", "fem": el concepte nosaltres inclou els servidors públics així com a la ciutadania. És important també tenir en compte que el poble o ciutat ho som tots.

- Quin tipus de relació teniu amb els mitjans locals o comarcals?

Trobo que molt bons. La col·laboració mútua és la clau. Ells demanen transparència, informació per avançat i detall per poder fer un exercici informatiu de qualitat. I com a Ajuntament ens interessa que hi sigui. Quan els mitjans locals tenen l'objectiu d'explicar, resoldre dubtes i aproximar les activitats governamentals a la ciutadania, cal estar-hi de la mà. Els mitjans locals són els primers que volen diferenciar-se dels pseudo-periodistes agitadors que sorgeixen actualment. La desinformació, segons em consta, és una preocupació real dels mitjans locals (Xarxa de comunicació Local) i per això cal establir trobades mensuals amb els responsables dels mitjans per fer un balanç dels mesos i seguir millorant en la comunicació interna. És cert, a nivell comarcal, que la relació amb alguns és més distant per la distància, però sempre que es demana informació, mirem de contestar el més acurat possible així com mirem de comptar amb ells per rodes de premsa de govern. En el nostre cas, estem a la seva disposició.

- Les notícies que difoneu acostumen a publicar-se com les envieu o els mitjans les modifiquen?

Els mitjans la modifiquen. Si bé és cert que l'exercici de transparència comunicativa que apliquem a les nostres notes de premsa comporta que sovint el missatge sigui únic, els mitjans s'encarreguen d'adaptar-lo al seu format (escrit, visual o àudio) afegint talls d'entrevistes o punts de vista de

ciutadans. A vegades això últim es pot confondre amb informació real, però crec que fan un bon treball al moment de deixar clar que és opinió.

- Hi ha temes que decidiu no comunicar o comunicar de manera diferent?

Correcte. De fet, personalment trobo que cada tema té una fórmula de direccionar a nivell de comunicació. Parlo de temes, per exemple, de quan es demana participació (ex. Pressupostos Participats). Trobem important comunicar en un format vídeo, amb opinions dels ciutadans per exemple, a través de reels i xarxes socials. A diferència de la comunicació d'inici d'unes obres o d'inscripció de tràmits, que difereix més cap a fórmules de nota de premsa i cartell. Cada temàtica pren el seu tipus de comunicació i cal aprofitar els mitjans que disposem. De fet, la comunicació ha canviat: ja no és ni uni-direccional ni son els consumidors qui ens venen a buscar. Actualment hem d'entendre que és bi-direccional i som els creadors de contingut els qui hem d'anar a buscar el nostre públic en un món infoxicat.

- Quines estratègies utilitzeu per generar una imatge positiva del govern municipal?

La participació de la gent i la humanització. Els cartells i anuncis no són tan amables com ho pot ser, per exemple, fer vídeos on els representants municipals siguin qui expliquen una cosa. Que les persones vegin persones, ajuda a entendre les causes.

A més, també ho és la transparència. Treballem per explicar i ser sincers: tan si els projectes que ens proposen són viables o no. Cal explicar-ho perquè la gent entengui on van els seus impostos, per exemple.

També cal construir ponts de trobada entre ciutadania i Ajuntament: eines de participació: tenim un portal de votació de propostes que sorgeixen de la ciutadania. També un programa bisetmanal on l'Alcaldessa respon als dubtes i preguntes en directe de la ciutadania. També contestem i contrastem els comentaris a les xarxes socials.

- Creus que el que es construeix des de l'ajuntament és objectiu o està condicionat per interessos polítics?

Les accions que fan les regidories (polítiques i sota l'aval tècnic) són les que el departament de comunicació expliquem. Si el procés de les accions és: (1) rebre la proposta o problema de la ciutadania, (2) el regidor ho proposa i ho acorda amb alcaldia, (3) els tècnics redacten el projecte i, si és viable, en donen aval, i finalment (4) es comunica, per tant el procés té una implicació i interès polític.

Més centrats al tema, el relat comunicatiu respon al projecte polític i, per tant, sí que es construeix tenint en compte la vessant política però també la tècnica. No tindria sentit fer-ho només de la part política si contradiu al sistema tècnic (que al final és el que s'aplica davant la llei).

De l'entrevista amb l'Ot Manresa es poden treure diverses conclusions sobre com funcionen els departaments de comunicació d'un ajuntament en una societat democràtica.

Primer de tot, el departament de premsa té un paper molt important a l'Ajuntament, perquè gestiona la informació tant dins com fora de l'organització, com per exemple amb la ciutadania, entitats, empreses i mitjans de comunicació. L'Ot destaca que cal actualitzar el concepte de "premsa" cap a "comunicació", fent més coses que només notes de premsa: també s'inclouen vídeos, productes audiovisuals i activitats per fomentar la participació de la ciutadania, adaptant-se als nous canals i formats.

Pel que fa a la difusió de notícies, l'objectiu principal és sempre ser transparents i mostrar els beneficis de les accions de l'Ajuntament, explicant què s'ha fet, com s'ha fet i a qui beneficia. També s'escull la manera de comunicar segons el tipus de notícia: es poden fer vídeos, publicacions a les xarxes socials o notes de premsa, segons el que funcioni millor per arribar a la gent i fomentar la participació.

Una altra idea important és la relació amb els mitjans locals i comarcals. Aquesta relació es basa en la transparència i en facilitar informació precisa, tot sabent que els mitjans poden adaptar el missatge segons el seu format i incloure opinions de la ciutadania. L'objectiu és assegurar informació de qualitat que diferenciï els mitjans professionals dels que no ho són, i lluitar contra la desinformació.

L'Ot també explica que la construcció de la imatge de l'Ajuntament combina humanització, participació ciutadana i transparència. Això inclou vídeos on els responsables expliquen les accions directament, portals de participació, programes de preguntes en directe i interacció a les xarxes socials, per apropar la gestió pública a la ciutadania.

Finalment, l'Ot reconeix que la comunicació de l'Ajuntament sempre està influïda tant per interessos polítics com tècnics: les accions que es comuniquen depenen de processos que impliquen les regidories, l'alcaldia i l'avaluació tècnica. Per això, la comunicació institucional intenta equilibrar els interessos polítics amb la rigorositat tècnica i legal.

9.3 ENTREVISTA A EXPERT EN FAKE NEWS

Realment des d'un principi no vaig pensar en ningú d'aquest àmbit, però un dia buscant periodistes per entrevistar em va apareixer en Marc Argemí, un expert en notícies falses. La meva idea no era contactar amb cap més, però em va semblar tant rellevant la informació que em va donar que vaig intentar contactar amb algun altre expert en el tema. Vaig enviar diversos missatges, pero no en vaig rebre resposta de cap. És per això que la varietat de perspectives que finalment m'hagués agradat tenir en aquest àmbit, no l'he aconseguit. Tot i això l'entrevista que he realitzat aporta informació rellevant.

9.3.1 ENTREVISTA A MARC ARGEMÍ

La següent entrevista és a Marc Argemí, llicenciat en Periodisme i expert en credibilitat dels rumors i les notícies (*fake news*). He aconseguit contactar amb ell via Instagram i l'entrevista s'ha fet amb videoconferència. Jana Bosacoma (JB), Marc Argemí (MA).

- (JB) Hola!
- (MA) Hola, què tal?
- (JB) M'escoltes?
- (MA) Sí, com estàs?
- (JB) Molt bé, i tu, què tal?
- (MA) Molt bé, sí, sí.
- (MA) Perdona, perquè m'has enviat moltes preguntes.
- (JB) Ja, ja, no et preocupis...
- (MA) Ostres, ja li respondré. Ja no se'm va quedar...
- (JB) Ja, ja, tranquil, ho entenc. A tothom li passa, a més tothom m'ho diu. Tranquil.
- (MA) Però bueno, estàs entrevistant a molt de gent, o què?
- (JB) Sí, bueno, la més que puc. Estic intentant gent de tots els partits polítics que pugui, periodistes, empresaris... Però, clar, ja l'haig d'entregar d'aquí superpoc, per tant, haig d'aprofitar-ho, sí. Bé, t'explico tu una mica. El faig sobre... sobre la manipulació de... o sigui, de la relació que hi ha entre el govern i els mitjans de comunicació, sobre la manera... o sigui, les relacions que hi ha a l'hora d'informar, de la informació i tal. Llavors, com he vist que tu també ets un... ets expert en notícies falses, doncs...
- (MA) M'has googlejat.
- (JB) Sí, sí, sí. I per això he preparat unes preguntes més relacionades al teu àmbit, vale? Et sembla bé si gravo la veu per després poder transcriure i tal?
- (MA) Escolta, abans de començar, com dius el govern, dius qualsevol govern.
- (JB) O sigui, com una cosa teòrica. A veure, la teoria del treball és de qualsevol govern, però és veritat que és més a Espanya tot. Després, a la part pràctica, em centro per exemple, un cas que faig és durant la pandèmia a Espanya i a Catalunya, després faig durant l'1 d'octubre i tal, i per exemple,

també ara estic fent a Gaza, tot com estan silenciant, matant els periodistes. Faig com a diversos llocs i llavors també faig com un rànding de quins són els més, però bueno, això és que ja està fet de reporters sense fronteres i tal, llavors tampoc... Ho trec una mica d'allà.

- (MA) Sí, sí, sí.
- (JB) Però com que això ja està fet.. Però bueno.
- (MA) Tu pregunta, grava el que vulguis...
- (JB) Val. D'acord, merci. Doncs si et sembla, comencem?
- (MA) Vinga, perfecte.
- (JB) Quin creus que és el paper principal del periodisme en una societat democràtica com la nostra?
- (MA) Mira, el periodisme té, diguéssim, ara podem parlar en el pla teòric, diguéssim, teòricament, el que ha d'ajudar és a descriure el que passa i moltes vegades descriure coses que passen que algú en algun lloc no vol que se sàpiga. Això és el paper del periodisme. Més en concret, en una societat democràtica, el fet que hi hagi algú que expliqui el que passa, que no sigui el poder econòmic o el poder polític, el que el que porta a pensar és que fa de quart poder o de contrapès. I aquesta és com la teoria, que és que si tu vols que la gent en una democràcia voti amb coneixement de causa, necessites una font d'informació que sigui independent. Perquè si no, el poder pot estar manipulant la visió de la realitat per endur-se-la cap a les seves intencions. Aquest és, diguéssim, el paper teòric. Després caldria veure si en alguna vegada, en algun lloc, ha existit un periodisme tan curt o tan... on s'hagi pogut complir aquesta funció. Però això entenc que és una altra pregunta. Aquesta és la teoria i és com l'objectiu tendència.
- (JB) Val. Genial. Creus que els mitjans privats tenen més pressió que els públics o que realment n'és igual en els dos, la pressió?
- (MA) Per a pressió hem d'entendre que la pressió indica moltes coses molt diverses. Pot haver-hi una pressió que és que un polític, un govern, un director d'un mitjà de comunicació, i li digui he fet aquesta llei o anunciaré això i m'ho has de tractar d'aquesta manera.
- (JB) Sí, va més cap aquí la pregunta.

- (MA) O truco i diu, escolta, aquest articulista ha fet una peça d'informació que no m'agrada. Ara bé, hi ha un altre tipus de pressió que és no posar anuncis, no posar publicitat. No m'agrada el que fas, et trec publicitat. Per què? Aquest és un tipus de pressió indirecta. Jo no t'estic dient el que tu has d'escriure, però jo t'estic enviant la senyal que si no dius el que a mi m'interessa, et quedaràs sense publicitat. Aquest és un altre tipus de pressió que és molt poderosa i que s'ha de servir. És un recurs molt més per dir-ho així molt més temptador pel poder que l'altre. Perquè l'altre periodista pot penjar la trucada i començar a dir, mira, m'han trucat, i denunciar pressions. En canvi, jugar amb la publicitat és una cosa molt indirecta. Aleshores, anant a la teva pregunta, tot depèn, en el cas dels privats, depèn de quin percentatge dels ingressos, depèn de les subvencions i de la publicitat que rep el poder. Si és molt alt, la dependència és total. Als mitjans públics succeeix una altra cosa, que és que hi ha una llei que regula el funcionament d'un mitjà públic. I al final, els òrgans de governança dels mitjans públics depenen de les majories parlamentàries. Per tant, més que una pressió major o menor, és que els mitjans públics per més que s'intenti que siguin independents, la realitat és que han de seguir una llei. I, de vegades, la llei dona les garanties al qui mana. Alguns mecanismes per poder nomenar el conseller d'Administració o nomenar el cap d'informatius. Coses depenen de cada mitjà públic, però això ja no seria tant pressió com governança. El poder governa els mitjans públics amb els marges que li dona la llei. Per tant, si no li agrada el director, l'acabarà traient. Però no és que no aguanta la pressió, és que és el propietari. No ho oblidem, això.
- (JB) Una mica en la línia aquesta de pressions, vostè, concretament, coneix algú, un periodista, que hagi rebut pressions a l'hora d'enfocar una notícia? D'això que deies, indirectament o directament, però...
- (MA) I tant. Sí, sí. Molt normal. Per part d'algun partit, per part del poder, sí. El que passa és que no t'has d'imaginar que et truca el president o el conseller, moltes vegades truca un cap de premsa, truca algú d'un rang inferior, però amb qui té relació ritual.
- (JB) Sí, sí.

- (JB) Creus que hi ha temes periodístics que s'han d'explicar, que es tracten de diferent manera per evitar repercussions polítiques del mitjà en relació amb els polítics i així? Que es tracten diferent per estalviar-te pressions polítiques.
- (MA) Sí, més sensibilitat... Sí, que es vigila més la manera en què es diu i tal. Jo no ho faria... O sigui, crec que la major part de periodistes, quan escriuen o quan preparen una peça, encara que sigui implícitament, sempre estan pensant en què és el que han vist i què és el que la seva audiència li demana. Llavors... Bé, de vegades hi ha temes que pot preveure una reacció adversa de l'audiència o pot preveure una sensibilitat molt alta de l'audiència i llavors suavitza, no necessàriament per qüestió de poder, de vegades és per qüestió del que ell pensa que l'audiència reaccionarà, com pensa que l'audiència reaccionarà. D'altra banda, jo he treballat en mitjans del passat i sempre és igual, si un periodista sap que aquesta empresa sobre la qual està informant és un anunciant molt important del propi diari, indubtablement, doncs, aquesta informació la té. Llavors, abans de publicar segons què, s'ho imaginarà. Hi ha una cosa que en aquest sentit no és que ningú estigui fent pressió, no és que en aquesta persona l'hagin dit, vigilen, sinó que és simplement un exercici molt pràctic que és, mira't la llista d'empreses anunciants, les empreses que fiquen més publicitat en mitjans de comunicació i els entendràs coses. Quantes notícies negatives surten del Corte Inglés? Hi ha molts anuncis històricament. O no ho sé, o les entitats financeres són grans anunciants, o les empreses energètiques, o els governs. Llavors, moltes vegades la sensibilitat guarda relació amb dir, bueno, haig de ser prudent per evitar-me segons quin conflicte amb el diari, amb un anunciant.
- (JB) Val.
- (JB) Quins són els processos habituals per veure si una... si per verificar una notícia?
- (MA) Això té... Suposo que ja ho has vist, hi ha moltes coses com verifica't i com moltes, moltíssimes metodologies diverses per verificar. Jo et diria, bàsicament hi ha una cosa en comú en totes elles, que és verificar la font d'informació, és a dir, la persona o les persones que m'han explicat el que passa saben del que parlen, tenien la informació de primera mà, o potser jo he sigut el testimoni, però en aquest cas ja ho estic verificant de primera.

Llavors és molt important entendre que la font ha de ser creïble, és a dir, ha de saber del que està parlant, si t'està explicant una cosa que ha passat has d'assegurar que aquella font té accés directe a aquella informació. La segona és que ha de ser fiable, és a dir, que si té molts interessos en el que està dient has de buscar una altra font per contrastar, perquè si resulta que segons com siguin les coses que està explicant, millor o pitjor, t'explicarà la seva pel·li. Per tant, aquella font la agafes, però l'has de contrastar amb altres. I després hi ha una sèrie de dades que et fan pensar que són verificables per fonts externes. Llavors normalment al final és una disciplina que és la verificació de la font, la notícia la verifiques a partir de les fonts que t'ho has fet servir. Llavors això és un exercici de tenir capacitat crítica amb les fonts i de tenir anàlisis.

- (JB) O sigui, les eines digitals i tecnològiques que s'utilitzaria més és bàsicament comprovar-la amb altres fonts.
- (MA) Sí, el tema està en què la primera condició de la font és veure com ha tingut accés. Llavors això hi ha eines tecnològiques per mirar-ho. És a dir, si a tu t'envien una foto, doncs mira si està a Google amb una cerca inversa. Perquè et diu, mira, estava aquí, anem a comprovar si tu estaves aquí. Amb aquella foto que m'ha enviat la pujo a Google i faig una cerca inversa. Mirem si aquesta foto surt a més llocs. Llavors si t'apareix, dius, aquesta foto que m'ha enviat això m'està enganyant. Hi ha eines tecnològiques, o per exemple han dit a Twitter qui ho ha dit. I mira qui ho ha dit. I qui és aquesta persona? Diu que és professor d'aquesta universitat. Bueno, doncs me'n vaig a aquesta universitat, a la web de la universitat, a veure si aquesta persona hi és. I diu que hi ha un estudi de la ONU que no sé on està l'estudi. Vaig a la web de la ONU i comprovo si hi està l'estudi. Si aquella persona l'ha d'entrevistar, la truco. No ho sé, o sigui, jo mateix per tu soc una font. I es diu, doncs aquesta persona com sé que sap? Has d'anar a fer les teves comprovacions. Potser has anat a la web d'una editorial i has dit, ah mira, doncs aquest ha tret aquest llibre. No m'ho diu l'editorial. Així amb tot. Has de buscar com terceres parts que et vagin confirmant. I hi ha coses que encara que t'ho confirmin tres poden ser tres del mateix castell. Saps? I a més hi ha coses que et diuen que si hi ha uns TikToks, no? Escolta, tots estan agafats des del mateix punt de

vista. Doncs no em serveix per veure quanta gent hi ha d'una manifestació m'interessa en planos diversos. Per exemple.

- (JB) Ara amb aquesta línia que deies de TikTok l'increment de les xarxes socials de l'ús d'aquestes han crescut també les desinformacions i tal? O realment es diu molt però no és així?
- (MA) Mira. Han passat dues coses simultàniament. La primera és que s'ha democratitzat la desinformació. És a dir que qualsevol amb un mòbil pot desinformar milions de persones. Si saps fer un bon muntatge li pots colar molta gent. Abans necessitaves, per arribar a audiències massives necessitaves ser TV3. Necessitaves ser molt gran per arribar a grans audiències. Aquesta és la primera cosa que ha passat. És que ara de la gent que crea contingut és molt a fer periodisme. Però moltíssims, no? Moltíssims fan propaganda política, s'ho passen bé, fan broma. Això és una part. I l'altra cosa que ha passat ha sigut que l'audiència s'ha acostumat a consumir només el que li confirma en els seus prejudicis. El problema és que la gran fracassada és la veritat. És que molta part de l'audiència prefereix viure enganyada però còmodament enganyada que no que li diguin veritats incòmodes. Aleshores, la desinformació ha crescut molt perquè tu entres al teu telèfon i pots tenir la realitat que a tu et resulti més confortable. I això és un problema gravíssim a la llarga perquè al final cadascú viu en el seu petit món on tot és perfecte per ell. I tots els que estan fora són la polarització, no? Són els altres, no? Que són molt dolents, no? Llavors, clar, això a nivell de convivència social què fa? No és que tu opinis a ells que jo opini bé. És que tu vius un món i jo vic a un altre. De què podem parlar? I això és molt molt greu. Això ens portarà malauradament sempre soc molt optimista però pinta molt malament. Perquè allò que dèiem al principi és que segons com tinguis la descripció de la realitat doncs estàs millor o pitjor informat i això t'influeix en la manera com t'ho votes. Clar, si la desinformació està tan estesa, ara busques tu tastar la realitat. Saps? Quins són els problemes de la societat? Bé, ara posa't tu d'acord. Saps? Perquè ningú vol convèncer ningú. Tothom viu en el seu món. Bé, això és una de les conclusions que tu has estat agafant aquests dies fent el treball, o no? Sí, sí, sí, sí. Totalment igual. Molts polítics m'ho deien. Això, que la desinformació que hi ha és un problema. Com més gran la

diu, més viral es fa. Llavors, clar, més desinforma, saps? Clar, tu pensa que als diaris si tu vols estudiar periodisme, o què vols fer? Has sentit a parlar de la piràmide invertida, o no? Es deia, això ens ho explicàvem a la carrera, era un clàssic, que deien que per escriure una notícia tu has de dir el màxim amb el mínim de temps. Llavors es deia que tu els articles els començaves donant la resposta a les principals preguntes. Ah, sí. I va fer què, com, i quan, i per què, i on, no? Llavors, de tal manera que el lector només amb la primera part tenia el màxim d'informació. D'acord. Clar, què està passant? Que ara mateix molta gent està consumint hores i hores de tot, que són bocinets d'informació, però que han perdut la visió global. I llavors has vist què passa amb aquests bocinets d'informació? Que no estan treballant, el seu objectiu no és que tu tinguis una idea del que passa al teu voltant, sinó que treballen perquè tu tinguis unes sensacions. I és molt diferent. Sensació d'odi o de fer-te plorar, perquè és molt bonic, una història d'amor, romàntica, perquè tingui sentit de comunitat, perquè és un tren i dius, ostres, tothom està fent això, jo no m'ho puc perdre. Ho veus, no? Llavors toca altres coses i quan és informació política, doncs moltes vegades és l'odi. L'odi, la por, l'orgull, toca tecles que són purament emocionals. Llavors, una visió del conjunt de dir, home, jo puc tenir relació amb això, però l'altre té relació amb això altre, no fa clics, no genera retenció, la gent passa aquell vídeo. Llavors, per què? Perquè també el cervell funciona d'aquesta manera, vols marxar, no? Si estàs a TikTok i la capacitat d'acció baixa molt, per tant, el propi periodista, el periodista d'un diari o d'un telenotícies ho donava a fer una selecció de temes i te'ls poso perquè en mitja hora tinguis la visió general. L'algoritme de TikTok, que seria el periodista actual, el que fa és, jo et posaré una bateria de vídeos, que entres a les 3 de la tarda i intentaré que a les 8 del vespre encara estiguis aquí. I tot això sense informar-te res, saps?

- (JB) O sigui, amb això que deies, també, o sigui, el que... el repte més gran que hi ha a l'hora de combatre les fake news és la desinformació?
- (MA) El repte més gran, saps què és? Aquí discrepem. El repte més gran és que l'audiència torni a exigir el periodisme. El repte més gran és aquest. Jo crec que el repte més important... Sí, hi ha iniciatives de verificació, però el repte més gran és l'educació en capacitat crítica de la població. És a dir, tenim

una mica la conversa pública que, com a societat, ni que sigui per omissió, ni que sigui perquè hi ha desinterès en la cosa pública, però estem deixant que el debat públic s'empobreixi molt. Llavors, crec que el repte més gran és... Tu pensa una cosa, per donar un exemple. Perdona que et totesi. Va bé, va bé. Si et penso una cosa, tu tens informació comercial. Si tens informació financera, doncs una cosa. Tu treballes a Borsa. Jo no hi treballo, però posem que coneixes gent que inverteix a Borsa. El periodisme econòmic que informa sobre la Borsa, si menteix, s'enfonsa. Per què? Perquè hi ha molts diners en joc. Llavors, la gent que vol informació financera es preocupa de gastar diners en fons d'informació fiables. Per què? Perquè jo m'estic jugant als quartos. Doncs, en molts temes de societat, de cultura, de política, no ens adonem que hauríem d'estar pagant un bon periodisme i hauríem d'estar exigint... Per què? Perquè no són els nostres diners, però és el nostre futur. És molt més gran. És la societat. Llavors, no veig una gran reacció perquè, culturalment, doncs, en el fons, el dominant és el relativisme. Llavors, el dominant és jo amb la meua idea de realitat i els altres amb la seva. I... molt individualista, per dir-ho així, no? La idea de bé comú, la idea que ens compensa que tothom, normalment, acceptem que hi ha més punts de vista que jo haig d'incorporar. Això no existeix. No sé si m'explico. Sí?

- (JB) Sí, entenc, sí.
- (MA) Com que no hi és la idea de bé comú, tampoc hi ha un interès en què realment ens prenguem... si prenguem consciència del mal que suposa que consumim tanta desinformació.
- (JB) Com afecta la pressió del temps, o sigui, l'urgència de les notícies ràpidament a l'hora de verificar una notícia?
- (MA) Afecta molt, notícia. El que passa és que tu pots... Hi ha una manera de gestionar això que és ser molt honest amb el que vas sabent. És a dir, tu pots dir, bueno, aquesta notícia està en marxa. I dir, què sabem ara? Això, això i això. I no donar la notícia per tancada. Aquesta és com una cosa nova, no? Ara mateix tot va tan ràpid que potser el que s'ha de fer és entendre que les notícies es van fabricant, es van verificant. Llavors, l'audiència ho pot entendre, això. I llavors, ser molt prudent amb els detalls que donen en cada moment. Si això ho pots fer, no sé si te'n recordes als atemptats del mes

d'agost del 2017. Que el 2017, no sé si te'n recordes. A Girona-Barcelona? A Barcelona.

- (JB) Sí, sí, sí.
- (MA) El servei de premsa dels Mossos, el Twitter dels Mossos va ser boníssim. Va ser una font d'informació que anava donant informació molt fiable amb el que sabia amb molta calma. I llavors, la gent va entendre que encara no ho sé tot, però el que sabem, el que saben del ser ho estan donant. Clar. Va bé, següent. Quin paper té la intel·ligència artificial pot tenir en aquest futur per detectar notícies falses? Va bé. Doncs... A veure, la intel·ligència artificial està creant... Sí, és espectacular en la creació de coses que semblin veritat. Ara mateix, amb vídeos pots gravar la veu i fer-te dir coses. Llavors, vull pensar que, com totes les tecnologies, com totes les eines, operen en els dos sentits. És a dir, que l'AI ens pot ajudar a combatre fake news, però també pot ajudar a crear més. És a dir, crec que la batalla està més en les persones que en la tecnologia. La tecnologia es mirarà per ella mateixa. Tu pensa, per exemple, la ràdio. Com va aparèixer la ràdio. Als Estats Units va haver-hi un programa als anys 30 que es deia La guerra dels morts. Ell va simular un programa de ràdio que hi havia una invasió d'extraterrestres. És un cas històric. Havia aparegut la ràdio i un director de cinema va dir que faria un informatiu de ràdio però explicant un conte. Aquest conte era un conte escrit, una novel·la, una cosa falsa. Es va començar a dir que hi havia una invasió d'extraterrestres als Estats Units. Es va dir gent que s'ho va creure. I això què era? Era perquè la tecnologia era molt poderosa. El que es deia per la ràdio en forma d'informatiu era veritat. Clar, ja està, no va tornar a passar. Llavors, la tecnologia es va coneixent i la pròpia societat ja va entenent que és cert i que és mentida.
- (JB) Creus que és possible actualment un periodisme 100% objectiu o sempre hi haurà una influència del costat que sigui però sempre hi haurà alguna?
- (MA) Crec que és impossible un periodisme 100% objectiu. És impossible. Però no per les pressions, sinó pel propi periodisme. És a dir, el periodisme és crec que pot haver-hi un periodisme 100% honest i el màxim fiable. Això sí. Un periodisme fiable i honest crec que és possible. Per què no dic objectiu? Mira, objectiu vol dir que tu descrius la realitat tota completa. I això no és

possible per un equip de persones que han de treballar amb uns límits de temps i han d'explicar-te una cosa que hi ha gent que no vol que se sàpiga, que hi ha gent que vol influir-te perquè diguis una altra cosa i que hi ha gent que té informació que te la podia donar i no te la dona. Llavors, com que això és sempre així, perquè aquesta gent que no et vol donar informació no te la vol donar perquè si tu ho fas públic perdran la feina, els vindran jutge, el que sigui, és a dir, que les coses gordes el periodisme té sentit en la mesura en què aconsegueix posar a la llum pública coses que tenim dret a saber però que algun lloc està amagat. Aleshores, és tan difícil arribar aquí que el que jo li demano al periodisme és que amb la informació que tingui que me'n pugui refiar, que sigui informació verificada. El 100% objectiu seria que tingués la informació totalment completa, però això no ho tindrà mai ningú. De vegades no sabem explicar-nos cadascú el mateix. Què et va passar tal dia? Ja no me'n recordo. No ets objectiu en la teva pròpia vida? Ja no me'n recordo. M'explico. Hi juguem molts factors. Però sigui honest i fiable, això sí.

- (JB) I l'última pregunta ja. Hi ha un rànkung, suposo que coneixes, ja t'ho he explicat una mica abans, Reporter Sense Fronteres, que han fet un rànkung mundial i col·loquen a Espanya entre un 15 i un 25% de manipulació per part dels governs. Aquí sí que només de part dels governs cap al periodisme. Res, si hi estàs d'acord...
- (MA) No ho sé. Hauria de verificar aquesta vegada. No és una qüestió de si estic d'acord o no perquè no ho he investigat jo. Ells ho han investigat, no sé en quins criteris, però no ho sé. En cas que sigui així, que em sembla, però és un altre tema. No crec que sigui una cosa que hagi d'estar d'acord o no. Si és, és, i si no és, no és. La meva impressió no és rellevant en això.
- (JB) Ja, ja.. Entenc. Moltes gràcies Marc.
- (MA) Això és tot?
- (JB) Si, si, si.
- (MA) Genial, gràcies. Que vagi bé.
- (JB) Adeu, merci.

De l'entrevista amb el Marc Argemí, es poden treure diverses conclusions sobre la relació entre periodisme, governs i desinformació.

En primer lloc, el periodisme té un paper molt important en una societat democràtica: funciona com un “quart poder”, informant de manera independent i proporcionant a la ciutadania informació fiable que no estigui manipulada per polítics o empreses. Això ajuda les persones a prendre decisions amb coneixement. Tot i això, en Marc admet que el periodisme 100% objectiu és impossible, no només per pressions externes, sinó també per limitacions humanes com el temps o l'accés a la informació. El que sí és possible és fer un periodisme honest i fiable, amb informació verificada i contrastada.

En segon lloc, la pressió sobre els mitjans és complexa. Els mitjans privats poden rebre pressions indirectes, com per exemple condicions sobre la publicitat d'empreses o governs, mentre que els mitjans públics depenen de la legislació i dels governs per funcionar, cosa que afecta la seva independència. Molts periodistes també actuen amb prudència davant possibles repercussions polítiques o econòmiques, i adapten com presenten les notícies segons la sensibilitat del tema.

Un altre aspecte important és la lluita contra les fake news. Per fer-ho, cal comprovar que les fonts siguin fiables, contrastar informació amb altres fonts i utilitzar eines com cerques d'imatges inverses o comprovacions de dades. Però, segons l'Andreu, el repte més gran no és només verificar la informació, sinó que la gent torni a demanar periodisme de qualitat i aprengui a ser crítica amb el que llegeix. La desinformació ha augmentat no només per la tecnologia, sinó també perquè molta gent només consumeix informació que confirma el que ja pensa, cosa que genera polarització i debilita el debat públic.

Finalment, l'entrevistat explica que les noves tecnologies, inclosa la intel·ligència artificial, tenen doble cara: poden ajudar a detectar fake news, però també a crear-ne de noves més convincentes. Per això, la batalla principal continua sent la formació i la responsabilitat de les persones més que la tecnologia. També destaca que els hàbits de consum d'informació han canviat: cada vegada hi ha més continguts curts i virals a les xarxes, i la informació política sovint busca provocar emocions com odi, por o orgull, més que oferir una visió completa i contextualitzada.

9.4 ENTREVISTA A PERIODISTES

Des d'un principi tenia claríssim que volia intentar entrevistar a periodistes. La meua idea principal era arribar a periodistes de diverses cadenes diferents. Per a la meua recopilació d'entrevistes, vaig fer com sempre. Enviar diversos missatges a un àmbit de periodistes realment gran, aquesta part m'ha fet adonar-me del següent:

- Hi ha varis periodistes que semblaven entregats a fer l'entrevista, però quan finalment els enviava les preguntes, desapareixien. Potser pel compromís professional que els podria comportar respondre-les.
- He contactat a periodistes de tots els mitjans de comunicació d'Espanya, però la gran majoria dels que m'han contestat son de TV3.

És per això que, altre cop, la varietat de mitjans de comunicació quen m'hagués agradat tenir en aquest àmbit, no l'he aconseguit. Tot i això les entrevistes que he realitzat aporten informació rellevant.

9.4.1 ENTREVISTA A AIDA BAO

L'Aida Bao es la directora d'informatius del cap de setmana de la cadena SER. He aconseguit contactar amb ella via Instagram i l'entrevista s'ha fet mitjançant audios.

- ¿Cuál crees que es el papel principal del periodismo en una sociedad democrática como la nuestra?

A ver, Hanna, que te voy contestando por aquí. El papel de los medios de comunicación en una sociedad democrática como la nuestra es garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a una información rigurosa sobre lo que está pasando a su alrededor, para que el ciudadano que vive en esa sociedad democrática pueda hacerse una idea y tener suficientes elementos de juicio como para decidir qué opina sobre a qué partido votar, qué opina sobre los servicios públicos, qué opina sobre el contexto internacional, qué opina sobre el contexto nacional... O sea, digamos que son el principal elemento de transmisión de información que cualquier sociedad democrática ha de tener y que por supuesto tienen que estar, en mi opinión, sometidos a unos controles para garantizar que la deontología, es decir, las normas que rigen nuestra profesión, se cumplen.

- Cómo se garantiza la "imparcialidad" a la hora de informar en un medio privado como la SER?

A ver, yo siempre digo que la imparcialidad en el periodismo no existe y quien diga que la imparcialidad es posible, miente y es hipócrita. Yo creo que lo que sí existe es la información honesta. Los medios de comunicación, tanto públicos como privados, porque los públicos están compuestos por personas y las personas nunca son completamente imparciales, tienen unas líneas editoriales. Los medios tienen líneas editoriales. Digamos que tienen una determinada visión del mundo y una determinada posición en el espectro ideológico. Unos profesionales se sitúan más hacia un lado y otros hacia el otro. Pero los medios, digamos que cada medio tiene una línea editorial y eso es una realidad. Pero es que creo que es una realidad inevitable porque los

seres humanos no somos imparciales. Es imposible, no lo somos. Lo que sí podemos ser es profesionales honestos. Es decir, pues yo puedo pertenecer a un medio que se coloca, digamos, en un espectro de centro izquierda, pero si por ejemplo sale algo, imaginemos una información que perjudica a los partidos de izquierda, yo trato de ejercer mi profesión con honestidad y de contarle al oyente toda la información que considero que deba saber sobre eso. Incluso aunque perjudique a un partido de izquierda. Y lo mismo con la derecha. Eso es lo que yo creo. Creo que lo que hay que hacer es tratar de informar con honestidad porque con imparcialidad es imposible. Partiendo de esa base, la pregunta es... Bueno, la imparcialidad no se puede garantizar. No existe. Yo creo que no hay ningún medio que sea totalmente imparcial. Eso no existe. Lo que sí creo que existe son medios honestos y medios que son deshonestos o que obvian información porque no les viene bien el sector de poder de turno al que ellos representan o con el que ellos se simpatizan más.

- ¿Crees que los medios privados tienen mayor presión política que los públicos?

Creo que los medios públicos o privados tienen unos más presión que otros. No, yo creo que todos los medios de comunicación tienen presiones, están sometidos a presiones. Cuanta más dependencia económica tengan sobre otro actor, más sometidos a presiones están. Los medios públicos están muy presionados también porque los gobiernos tienden a pensar que los medios públicos les pertenecen y es muy jugoso para los políticos en general querer meter mano a los medios de comunicación públicos porque al final es un elemento de influencia a la opinión pública muy poderoso. No es que tengan unos más presión que otros sino que tienen presiones distintas porque los medios privados también tienen la presión de los anunciantes que ponen dinero y por supuesto la presión de los poderes públicos que ahí lo ideal es que los poderes públicos subvencionen cuanto menos sea posible mejor a cualquier medio porque así te garantizas que no tienen un elemento de presión con el que coartar tu trabajo.

- ¿Qué relación existe entre la SER y las instituciones del Gobierno? ¿Hay contacto habitual?

El contacto entre un medio de comunicación y el gobierno y las instituciones es habitual en la cadena SER y en todos los medios de comunicación de España, en todos. Los políticos hablan constantemente con los medios de comunicación. De hecho los políticos ya de alto nivel tienen jefes de gabinete que hablan constantemente con los medios y de hecho ellos lo que pretenden es influir constantemente sobre lo que tú publicas o sobre lo que tú cuentas. Eso es así. Es así y es algo conocido a nivel público. ¿Qué pasa? Que digamos que los jefes o las jefas las personas que están en lo alto de la pirámide que son los que reciben las presiones más grandes y más fieras digamos son los que tienen que en mi opinión ejercer dique de contención para que sus redactores puedan trabajar con cierta libertad. Para que sus redactores no reactivan la presión para que no permee esa presión por la estructura de la empresa.

- ¿Has vivido o conoces casos en los que un periodista haya sentido presión para enfocar una noticia de una manera concreta?

Conozco muchos casos de periodistas que han recibido presiones para enfocar una noticia de una manera concreta sobre todo de los jefes o jefas de gabinete de los políticos de turno. Que están todo el rato tratando de que tú cuentes las cosas como quieres. Yo he recibido presiones también muchas veces. Pero se trata de tener un superior o una superior que te defienda, que defienda tu trabajo y que haga entender a ese grupo de presión que está fuera de la empresa que tú eres un periodista con independencia para publicar y que tu organigrama, digamos, tus jefes te defienden y que estás protegido Por eso te decía antes lo de la importancia de la independencia económica, ¿sabes? No depender de subvenciones o de cómo te vaya a ayudar alguien para hacer tu trabajo porque entonces ahí, digamos, que se genera una relación muy peligrosa.

- ¿Crees que hay temas que se tratan con mayor sensibilidad o prudencia para evitar conflictos políticos?

Por supuesto que hay temas que se tratan con más mimo, digamos. En fin, igual la palabra mimo no es la adecuada pero desde luego hay que hay temas que se tratan con más cuidado. Un ejemplo, dependiendo mucho del medio de comunicación pero un ejemplo muy clásico en España es la Casa Real. Ahora ya no tanto, ahora ha ido cambiando con los años pero yo sí sé, cuando yo todavía estaba en la facultad hace 10-15 años que la Casa Real era un tema espinoso en todos los medios de comunicación y que cada vez que publicabas algo sobre la Casa Real pues tenías que hablar con tu superior para que te revisara la información y para que de alguna manera autorizase eso que se iba a publicar. Claro que hay unos temas que afectan más que otros incluso hay algunos temas que ahora por ejemplo en un medio pues pueden afectar porque afectan a un anunciante o afectan a alguien con quien la empresa en cuestión para la que trabajas tiene intereses y simplemente hay que digamos tener más delicadeza a la hora de publicar. Pero generalmente si trabajas en un medio de comunicación que se precie vas a poder publicar prácticamente cualquier cosa. Eso sí, bajo determinadas reglas con un determinado marco, lo que quieras pero podrás publicarlo.

- ¿Cómo afecta al periodista saber que una parte del público puede percibir el medio como manipulado?

Con el paso de los años y con el ejercicio de la profesión cuando vas ganando pues sí, experiencia. Este tema que me dices de cómo afecta al periodista saber que hay gente que va a ver su medio como manipulado no te afecta porque tú lo que tratas de hacer es bien tu trabajo. Luego es que además hay otra cosa muy importante. La gente en general la gente que no es periodista tiende a pensar que pues imagínate Antena 3 por ejemplo ¿no? Que todos los periodistas de Antena 3 son de una determinada manera. Y no, los periodistas son personas cada periodista es un profesional distinto evidentemente trabajan para la misma empresa por supuesto habrá elementos en común pero luego pueden tener una forma de ejercer completamente diferente. Entonces al final acabas pensando en quién eres tú como profesional y cómo te gusta trabajar a ti. Si evidentemente no estás de acuerdo con algo que te están pidiendo hacer o tu jefa o tu jefe te está

pidiendo que actúes de una determinada forma con la que no estás conforme, pues tendrás que defenderte. Pero al final tienes que pensar más en quién eres tú como profesional. Que los demás piensen que estás manipulado o no quiero decir, al final ahora mismo con el nivel de polarización que hay todo el mundo piensa que los periodistas estamos manipulados que todos los periodistas estamos súper manipulados entonces es que es algo contra lo que no puedes luchar lo único que puedes hacer es responder con un buen trabajo con rigor y con profesionalidad.

- ¿Cómo se puede recuperar la confianza de la audiencia cuando ésta duda de la neutralidad de un medio?

Yo creo que la yo creo que la audiencia en realidad ahora mismo no es que dude de la neutralidad de los medios eso creo que ha sido siempre porque como te decía antes yo no creo que los medios sean neutrales no creo que haya ningún medio de comunicación en España que sea neutral creo que hay medios que tratan de ser justos con la información que te están contando por ejemplo hace poco el caso de Santos Cerdán es un caso de gran impacto que ha golpeado al gobierno muchísimo y que le ha hecho muchísimo daño político en los medios de izquierda se estuvo informando todo el día sobre el caso Cerdán porque es una información que el ciudadano tiene que recibir igualmente evidentemente ahí entra el enfoque que tú le des a la información el tipo de análisis que puedan hacer tus colaboradores pero tienes que contarlo yo creo que ahora mismo fíjate yo creo que ahora mismo con la inteligencia artificial con la cantidad de desinformación que hay en redes sociales de medios no verificados de cuentas no verificadas creo de verdad que a corto o medio plazo la gente irá recuperando cada vez más los medios tradicionales como el canal de transmisión del que fiarse porque ahora mismo tú sabes que si recibes un video de instagram o de tiktok o de twitter bueno de x puede ser verdad o no serlo pero si lo publica el mundo es muy complicado que eso sea mentira puede haberse equivocado el periodista puede ser pero si es un medio de comunicación tradicional consolera con años de experiencia detrás etc es muy complicado que te estén contando una mentira otra cosa es que tenga un enfoque pero eso ya lo sabes y si no la

solución que me lleva que me contó mi padre desde pequeña que es que para enterarte de lo que está pasando con un tema no leas solo un medio leerte a lo mejor un periódico de un espectro y uno que sea la competencia y después de eso que tú has leído de esos dos periódicos o de esos tres periódicos o de esas varias fuentes de información tú sacas tu conclusión.

- ¿Crees que en la actualidad es posible un periodismo 100% objetivo? ¿O siempre hay cierta influencia política o empresarial?

Como te dije antes creo que ni en la actualidad ni en el pasado creo que nunca ha sido posible un periodismo 100% objetivo eso no existe y el que diga que existe es que mientes es imposible porque tú aunque escribas tratando de ser 100% objetiva tú tienes una determinada visión de las cosas, tienes una óptica a través de la que miras el mundo aunque tú decidas ser 100% objetiva a la información que tú reflejas en un artículo por ejemplo ya solo qué información seleccionas para publicar de toda esa que tienes porque nunca publicas todo lo que tienes porque no te cabe la información que seleccionas, el orden en el que pones esa información, el tipo de expresiones que utilizas el tipo de lenguaje, todo eso condiciona la percepción que quien te lee, quien te escucha o quien te ve va a tener sobre esa información, entonces es imposible encontrar la neutralidad pura otra cosa es que la influencia sea tuya, personal inevitable y otra cosa es que permitas que las influencias políticas o empresariales permeen en tu información o influyan en lo que tú publicas, pero es lo que te decía si tienes unos mecanismos de defensa adecuados lo normal es que al redactor a la última persona de esa cadena que termina escribiendo que termina contando una noticia le llegue lo mínimo posible.

- ¿Qué estrategias personales utilizas para mantenerse fiel a la ética periodística?

La estrategia personal es que sabes lo que pasa que cuando ejerces y tienes mucha vocación y te gusta mucho lo que haces eres consciente de que tienes una responsabilidad muy grande porque estás de alguna manera aunque no quieras influyendo sobre la opinión pública, quien te escucha o quien te lee o

quien te ve va a sacar conclusiones de lo que tú le cuentes y eso es importantísimo, hay que ser muy consciente de la responsabilidad social que tienes por llevar a cabo ese trabajo entonces, la estrategia personal defender siempre la ética defender siempre que hay que publicar aunque perjudique a un político con el que tu empresa se lleve bien defender siempre que tener siempre muy presente lo que se merece la gente el derecho democrático que tienen las personas que van a consumir la información que tú hagas ¿qué derecho tiene quien va a escucharte? pues tiene derecho a estar informado, tiene derecho a que le cuentes todo para que quien te escuche saque su conclusión.

- Por último Reporteros sin Fronteras ha hecho un ranking mundial que dice que España se encuentra entre un 15 y un 25% de manipulación periodística por parte del gobierno, ¿estás de acuerdo?

Pues no sé quien publica ese ranking mundial normalmente lo que hacemos en periodismo esto en general también para tu trabajo es dar la fuente, me dices hay un ranking mundial que dice quien publica ese ranking, quien lo ha hecho, en base a que estudio, a cuantas empresas ha analizado pues no es lo mismo que me digas que lo dice Naciones Unidas que que lo dice un periódico sueco que no conozco de nada, ¿sabes? en todo caso, no sabía que había esos datos de que entre un 15 y un 25% no lo sé la verdad, porque no tengo digamos una óptica general sobre todos los medios de comunicación de España, yo he estado solo en 5 o 6 medios pero no me sorprendería, por supuesto los gobiernos siempre tratan de manipular siempre, y además tanto, da igual a que nivele, a nivel local, autonómico o nacional, todos los gobiernos da igual el color político, tratan de manipular y tratan de presionar a los medios de comunicación eso es así y por desgracia mientras siga habiendo subvenciones públicas a los medios de comunicación privados va a seguir siendo así porque ellos tienen una herramienta de presión que es ese dinero, ¿no? bueno, podría ser perfectamente factible, claro, entre un 15 y un 25% sí, que queden un 80% en torno a un 80% de medios de medios fiables y no sometidos a presiones podría ser perfectamente, claro que sí.

- ¿Te sientes "empujado" a defender más a España y al no independentismo en determinados temas?

Entiendo que te refieres al independentismo catalán defender a España y no el independentismo no a ver aquí es un poco lo que decías antes yo creo que el truco, entre comillas es ser aséptico ¿cuál es la información? es decir yo creo que, por ejemplo, una cosa que te enseñan siempre en la facultad y que yo insisto mucho a mis estudiantes y también a mi gente, a la gente de mi equipo es en que no podemos ser valorativos tú no tienes que valorar la información que estás dando tienes que informar, o sea, tienes que darle la información a quien te escucha, y que sea quien te escucha, quien valore entonces no puedes utilizar calificativos, no puedes decir yo qué sé es impresentable lo que ha hecho Carlos Puigdemont por ejemplo, no, eso es una valoración eso no lo puedes decir en un medio yo personalmente no pero ves, aquí entramos otra vez en la óptica personal, yo personalmente no tengo ni una animadversión enorme por el independentismo catalán ni tengo una simpatía enorme por el independentismo catalán me mantengo bastante neutra en este tema pero es mi visión personal por donde yo he crecido, que yo he crecido en Galicia aquí el nacionalismo existe, pero no el independentismo estoy en una familia de posiciones bastante moderadas en general entonces todo eso te va afectando como periodista se trata de procurar que eso no te afecte pero te afecta entonces no, no me siento empujada a defender más a España, es que yo no tengo que defender a nadie ¿sabes lo que te digo? es un error ya de base pensarlo así mi trabajo no es defender nada mi trabajo es informar, defender o no es cosa tuya como ciudadana decidir hacerlo en una discusión o en una mesa de debate.

De l'entrevista amb l'Aida Bao, puc treure diverses idees principals sobre el periodisme, la imparcialitat i la relació amb els poders polítics.

En primer lloc, el periodisme té un paper clau en una societat democràtica: assegurar que la ciutadania tingui accés a informació fiable i suficient per formar-se la seva pròpia opinió sobre temes polítics, socials, econòmics i culturals. Això fa que els mitjans siguin instruments importants per prendre decisions i participar en la societat, actuant com un contrapoder davant possibles manipulacions de governs o actors econòmics.

Pel que fa a la imparcialitat, l'Aida diu que el periodisme 100% imparcial no existeix. Tots els mitjans tenen línies editorials i cada periodista té la seva pròpia perspectiva. El que sí es pot garantir és un periodisme honest: informar amb rigor i veracitat, fins i tot si la notícia perjudica interessos polítics o econòmics relacionats amb el mitjà. L'ètica i l'honestedat són clau per mantenir la confiança de l'audiència.

Quant a les pressions polítiques, tant els mitjans públics com els privats les reben, però de maneres diferents. Els mitjans públics poden estar influïts pels governs, mentre que els privats poden dependre d'anunciants o subvencions. La independència econòmica i el suport intern dels responsables són factors molt importants perquè els periodistes puguin treballar sense coaccions externes.

La periodista també assenyala que hi ha temes que es tracten amb més prudència per la seva sensibilitat, com certs assumptes polítics o institucions. Tot i això, els mitjans seriosos permeten publicar informació respectant sempre un marc ètic. La percepció de manipulació per part del públic no hauria d'afectar el periodista, sempre que treballi amb rigor i professionalitat.

Pel que fa a la confiança de l'audiència, l'Aida creu que els mitjans tradicionals, amb trajectòria i experiència, continuaran sent referència davant la desinformació a les xarxes socials. Recomana contrastar diverses fonts per tenir una opinió equilibrada.

Finalment, sobre l'objectivitat total, la periodista coincideix que és impossible a causa de la selecció de la informació, el llenguatge i la visió personal, però sí es pot mantenir la màxima honestedat i fiabilitat. També reconeix que els governs sempre

intenten influir en els mitjans, però la majoria poden mantenir la seva independència si tenen mecanismes de defensa i autonomia econòmica.

9.4.2 ENTREVISTA A CATERINA KARMANY

La següent entrevista es a Caterina Karmany, periodista, escriptora i corresponsal per a TV3 i Catalunya Ràdio a les Illes Balears. He contactat amb ella via Instagram i l'entrevista s'ha fet mitjançant audios.

- Quin creus que és el paper principal del periodisme en una societat democràtica com la nostra?

..democràtica perquè tenim un sistema democràtic, però té moltes mancances, aquesta democràcia nostra. Jo fa uns anys t'hauria dit que la tasca d'un periodista era informar, el rigor i que encara ho consider, però crec que ara, a més a més, hem de posar context, donar les claus, explicar antecedents, perquè l'audiència pugui fer-se un... Perdona, és que estic... Fa molt de mal l'operació i estic una mica així. Perquè l'audiència pugui tenir aquestes claus per entendre una miqueta més el que està passant. I, sobretot, per fer front als bolos, als quaranta caràcters, als titulars que es queden en titulars i ja està, moltes vegades enganyosos, i contra una cosa que jo fa uns anys, quan estudiava Periodisme, no hauria pensat mai, contra la mentida. Sí, informar, explicar, explicar i explicar, i donar, anar una miqueta més enllà del titular, donar tots aquells trets de context que puguin ajudar l'espectador o l'oient o el receptor del missatge, més característiques o més colors en aquell fet puntual.

- Com es garanteix la “imparcialitat” a l'hora d'informar en un mitjà públic com TV3?)

Bé, el primer t'he de dir que l'objectivitat no existeix. L'objectivitat no existeix i no existeix mai. Però perquè, de partida de base, els informadors, els periodistes, són persones. Per tant, dir que l'objectivitat no existeix en el sentit que jo puc anar a una manifestació i estar al capçal i no veure el que passa al final. O posar-me pel mig i t'explicaré la part del mig. És a dir, aquí ja entrem en termes filosòfics. És impossible que una persona tota sola pugui explicar tota una realitat. A més, els meus ulls no veuran com els teus. Per tant, de partida de base, l'objectivitat no existeix. A partir d'aquí, el que crec que ha de

fer un periodista és contrastar, contrastar, contrastar i contrastar. Si fas una afirmació, has d'estar segur d'aquesta informació. I això veiem que s'està perdent i el pitjor enemic de la contrastació, diguéssim, és la rapidesa, és la immediatesa, és la competència, és el primer en explicar-ho i anar a remolc. Jo et diria que gairebé he rebut més pressions des de redacció, perquè altres mitjans han sortit un tuit, una piulada d'alguna cosa que no és certa i que jo era allà i no ha passat així, però ho emocionen d'una manera per poder tenir un titular que faci fer el clic. Jo, sobretot quan era a Madrid, m'he passat moltes hores explicant que aquella informació no és exactament així. De fet, la prova és tant que moltes vegades tu ets un titular amb els sucors, cliques i després, quan et deixen la notícia, d'aquell titular no hi ha gaire res. Per tant, és una putada perquè et passes molt de temps mirant, analitzant i cercant si aquell titular, tants sucors, és de veres o no. Per tant, crec que ara mateix la imparcialitat és contrastar, contrastar, contrastar, contrastar i està molt segur que creures així. Tots ens podem equivocar, però intencionadament no. És vera que jo també dic fa... Quan va néixer el periodisme, el periodisme era d'opinió i anem cada vegada més al periodisme d'opinió. Els mitjans que tenen un mercat, una marcada línia ideològica. Després, i t'ho dic amb confiança, els treballadors de cada mitjà, per exemple a Madrid, mos duim superbé, compartim informació, quan som al mateix lloc ens ajudam, si un ministre surt a fer un corrillo que en dèiem allà, i tu no hi has pogut arribar perquè tens un bolletí, t'ho expliquen. Una cosa són les línies editorials, cada vegada més marcades, dels mitjans, i l'altra són les persones com a periodistes que hi treballen i que tots intenten fer la millor feina i donar una bona informació i en el meu cas donar un bon servei explicant les coses que passen perquè m'adec a aquest servei públic.

- Creus que els mitjans públics tenen més pressió política que els privats?

No, no ho crec. Crec que els mitjans públics són imprescindibles perquè els privats tenen un altre tipus de pressió que ja no només és el poder polític sinó el poder econòmic. Es deuen els diners i els diners també tenen ideologia. Per tant, les pressions que jo conec i que sí que he conegut periodistes que

els han volgut canviar un titular i ells després s'han negat a firmar la notícia són de privats.

- Quina relació hi ha entre TV3 i les institucions del Govern català? Hi ha contacte habitual?

La relació que té TV3 amb els mitjans polítics amb els partits polítics és de govern. És a dir, hi ha un consell amb uns consellers que escolla el Parlament. Darrerament, a més, els nostres directors han d'haver passat unes proves i si rebem pressions, les rebem de tots perquè tots els partits es creuen amb permís de dir de tu, en aquest cas a mi, ei, que no m'agrada aquest tel que has posat però tots, des de Vox fins a Esquerra. Vull dir, nosaltres, com a servei públic, hem de donar veu a tots. Sempre dins d'un criteri periodístic. Si aquell polític, justament, vol parlar d'una cosa i ell se pensa que ha fet un titular molt bo d'un tema que ell vol treure i nosaltres consideram que allò no és notícia, òbviament no ho posarem.

- Has viscut o coneixes casos en què un periodista hagi sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera concreta?

Jo no he sentit mai cap pressió de cap cap perquè fes entrar una notícia, perquè que m'hagi esmenat res, perquè tot el que jo he explicat estava contrastat, ho he vist amb els meus ulls i he tingut el meu criteri professional per explicar-ho. Les dues úniques vegades que he sentit pressió ha estat per marques econòmiques, que no t'ho diré. I aquí sí que van trucar al director, aleshores jo estava a Catalunya Ràdio, i van ser dues grans empreses catalanes, perquè jo havia tret una notícia que els afectava negativament. Aquella notícia es va emetre igualment perquè estava contrastada, perquè teníem testimonis, perquè teníem tot i així tots els meus caps només m'ho van fer de sobre però igualment aquella notícia va tirar endavant. Perquè som un servei públic. Crec que això en un privat no passaria i més si aquelles empreses són part de la teva publicitat, accionariat, etcètera, etcètera. Hi ha una cosa que és l'autocensura, que jo crec que és tan dolenta com la censura. No sé què vol dir insensibilitat.

- Creus que hi ha temes que es tracten amb més sensibilitat o prudència per evitar conflictes polítics?

Tots els temes s'han de tractar amb sensibilitat, crec. Però és superimportant que qualsevol cosa es tracti amb sensibilitat de cara a l'espectador. Prudència amb els conflictes polítics. Saps què passa? Que a vegades hi ha tanta opacitat que tu no pots posar la mà al foc per aquella informació. Per tant, t'has de moure entre els antecedents, el que t'han explicat en off i els moviments i la teva experiència dels moviments que veus i la confirmació d'aquells fets. Però moltes vegades has d'anar amb peus de plom i has de posar condicionals, no perquè tu a vegades és per curar-te en salut com a professional, perquè a més en uns temps tan molàtils a vegades no te'n pots fiar al 100%, encara que ho contrastis per tres vies. Perquè són temps molt líquids i sobretot fent informació política te pots estrenyar molt els dits perquè després sense cap problema et diuen la cosa contrària i s'ha d'anar amb compte. Per tant, jo crec que sensibilitat sempre l'ha d'explicar tots els temes i perquè això també l'has de tenir perquè a no ser que ho sàpigues, o sigui, que la teva font o les teves fonts tu posis la mà al foc per elles, a vegades has d'anar amb peus de plom perquè tu t'has de protegir però també has de protegir la teva audiència i no es tracta d'anar rectificat cada dos per tres, de fet, ja ni rectifiquen els mitjans que es tiren a la piscina amb la primera cosa que es diuen. Per tant, és fer la feina, és que al cap i a la fi la nostra feina és aquesta.

- Com afecta al periodista saber que una part del públic pot percebre el mitjà com a manipulat?

Què passa? Que això que et deia, la immediatesa, la rapidesa, el vol de treure un titular, no ens deixa racionalitzar, ni pensar ni analitzar, que també hauria de ser una altra de les funcions, ni posar tots aquells elements sobre la taula que facin entendre'l perquè passa allò, que és l'important. A mi, el que jo desitjo és que els meus espectadors o les persones que escoltin una crònica meva o que la llegeixin en el cas del digital, s'hi puguin crear la seva imatge, s'hi puguin respondre preguntes que ells potser tenien i potser, com que jo

m'he de caure en un minut, vagin a ampliar aquella informació. Canalitzar i no sé, sí, no sé, ara m'he perdut una mica, però crec que més o menys té resposta també aquesta. A mi em fa ràbia i també crec que és desconexió. Els mitjans públics som els més controlats. El Parlament ens controla. Si fem alguna cosa que se desvia del servei públic, automàticament tenim una pregunta al Parlament. Vull dir que nosaltres hem d'anar molt amb compte. No podem... Hem d'anar molt amb compte amb el que expliquem, estem molt segures del que expliquem i jo moltes vegades he frenat a la redacció. Escolta que ja ho treu tal... Bé, ho pot treure tal mitjà. Jo fins que això no ho tingui com que és un tema molt sensible, no ho vull dir, jo no ho diré amb boca meua. I fins que jo no ho tingui contrastat, que potser pot passar mitja hora, que és mitja hora. Però per nosaltres estem en aquest món que ja hem perdut la noció de del... anava-li del temps que també, però la noció de la veritat, no, de les persones, del món, de les persones que les persones, el nostre públic, mitja hora no és res. I no li sap greu. A vegades jo penso que fem informació per a periodistes.

- Com es pot recuperar la confiança de l'audiència quan aquesta dubta de la neutralitat d'un mitjà?

A vegades tinc aquesta sensació i quan la tinc, m'aturo i dic Caterina, Caterina, Caterina, anem, anem, anem. Tu has de fer informació per a les persones que te veuen, per a l'audiència, audiència entesa com a les persones, no? No per als altres periodistes. I si t'hi fixes, moltes vegades fugim, entrem en una espiral, i això ho veiem molt a Madrid, de temes que ens interessin a nosaltres. Perquè si ve bé a la gent del carrer, no li interessa gens. I contribuïm a generar també una desafecció que li hem d'anar alerta. I hem de tornar a posar sobre la taula que s'ha d'informar de totes les borrades polítiques i de la brutorada política que hi ha. Evident. Però també hem de fer temes que interessin a la nostra audiència, explicar coses que interessin a les persones del carrer. I moltes vegades fem informació per a periodistes. Ah, el del menjar manipulat. Sí, són aquestes coses que corren. No hi pots fer res. El que tu pots fer és la feina ben feta, defensar la teua feina i intentar-se millor que tots aquests budos que corren. Més rigorositat, més profunditat, més

perspectiva. Perquè, al final, els budos són molt plans. Hem de treballar d'una altra manera. Crec que el tema de l'objectivitat ja té la resposta, per mi el tema de l'objectivitat és una cosa més filosòfica que política empresarial. A mi m'han criticat polítics i m'han criticat empresaris. I jo continuo fent la meva feina, que és explicar les coses que veig, que confirmo, que contrast, i donar una manera clara, entenedora, rigorosa. I aquesta és la meva obsessió. Per saber que tot està manipulat, o dir que tot està manipulat i que tot està... És que em sembla molt catastròfic. Sí, que és cert que tu, quan t'asseus a llegir un diari a la tauleta, o mires una cadena, un informatiu d'una cadena o d'una altra, tu has de tenir esperit crític per saber qui t'està dient allò. en el meu... Jo crec que tot passa per fomentar l'esperit crític en general. Jo als meus fillols sempre els ho dic. M'és igual si no mireu TV3. M'és igual si no escolten Catalunya Ràdio. La miren i l'escolten, però sobretot el que vull, o el que vos demanen, és que qüestioneu, qüestioneu, qüestioneu tot el que us arriba, per què us arriba, en quin moment us arriba, de qui us arriba. És a dir, ara ja som una societat molt adulta amb mitjans. O que ens el creiem. No podem esperar que els mitjans tinguin la mateixa funció que fan els cibles. Han de ser crítics en tot, esperit crític. Però dir que tot està corromput, manipulat, etcètera, crec que és... Crec que és exagerar. I tu, si vols ser una persona informada, jo el que et recomano és que et miris dos informatius de dues cadenes diferents, llegeixes dos diaris diferents, i tu tindràs la teva opinió. Que crec que és molt més important que et fies les cegues d'un sol mitjà. Sigui quin sigui. Perquè crec que això, i més ara amb intel·ligència artificial, l'únic que mos pot salvar és ser crítics, tenir esperit crític, qüestionar-ho tot, tenir la capacitat de raonament, de repensar, de reflexió. I malauradament s'està perdent. I això per mi, em preocupa molt més. I crec que també està resposta a la darrera pregunta.

- Creus que en l'actualitat és possible un periodisme 100% objectiu? O sempre hi ha una certa influència política o empresarial?

Bé, Jana... Ja t'he respost aquesta pregunta amb l'anterior.

- Quines estratègies personals utilitzes per mantenir-se fidel a l'ètica periodística?

Jo intent entendre. Primer ho he d'entendre jo. Per tant, faig moltes preguntes a nivell d'entendre el que està passant. Entendre moltes vegades, jo què sé, quan et poses davant d'una sentència, doncs jo me la miro de dalt a baix i si tinc un jurista de confiança i hi ha alguna cosa que no entenc li pregunto. Entendre el que està passant. Entendre el per què. Entendre... Entendre. Intent d'entendre. I a partir d'aquí t'explicarà, abans confirmat en totes les meves fonts que allò és així. I moltes vegades em vaig perdre. Que m'ajudi a explicar-ho d'una manera clara i i per què no dir-ho entretenguda? Perquè ara mateix també hem de cercar les maneres d'arribar entretenguda, vull dir, amb un llenguatge que arribi evidentment amb un català perfecte. A vegades és veritat que quan t'improvises se te pot escapar qualche cosa. En el meu cas se m'escapa moltes paraules de la meua variant dialectal però això és correctíssim. Vull dir que tenir molta cura de la llengua. Això per mi també és una obsessió. Que tot el que digui sigui correcte a nivell lingüístic. I poder-me anar a dormir tranquil·la sabent que he fet una feina. També jo desmatific molt el tema del periodisme. És una feina. Bé, anem a fer feina i intenta acabar amb la feina encara que ens encanta. És adrenalina, explicar quan estàs en un directe. És molta adrenalina i ens agrada molt. Jo no soc vocacional però fem una feina. Com qualsevol altra. No soc ni més ni menys que ningú altre. I espero, Jana, que t'hagi servit. Si vols que ampli alguna cosa me tornes a preguntar. I moltes gràcies.

De l'entrevista amb la Caterina Karmany, es poden treure les idees principals següents sobre el periodisme, l'ètica i la relació amb el poder.

En primer lloc, afirma que el periodisme en una societat democràtica no només ha d'informar, sinó que també ha d'explicar el context i donar antecedents perquè la gent entengui millor els fets. Això ajuda a combatre informació superficial o enganxosa, com els titulars curts o les xarxes socials, i lluitar contra la mentida. El periodisme ha de ser explicatiu, rigorós i profund, oferint tots els elements necessaris perquè la ciutadania pugui formar-se la seva pròpia opinió.

Pel que fa a la imparcialitat, Caterina diu que l'objectivitat absoluta no existeix, ja que els periodistes són persones amb perspectives i limitacions. La clau és contrastar la informació amb rigor i de manera múltiple, encara que això requereixi més temps i esforç. La pressió principal no sempre ve de la política, sinó de la competència entre mitjans i de la necessitat de titulars ràpids que generin clics. L'honestedat i la verificació són els pilars per oferir un servei públic de qualitat.

Quant a les pressions polítiques o empresarials, ella considera que els mitjans públics són imprescindibles, i que les pressions més problemàtiques en els mitjans privats solen venir d'empreses o anunciants. La seva experiència mostra que, quan la informació està ben contrastada, les notícies es poden publicar igualment, fins i tot si afecten interessos poderosos.

Respecte al tractament de temes sensibles, tot s'ha de fer amb prudència i responsabilitat, especialment si la informació no és del tot clara. La periodista destaca la importància de protegir-se com a professional i també protegir l'audiència, posant advertències quan cal i evitant difondre rumors o informació incompleta.

Sobre la percepció de manipulació, defensa que els mitjans públics són molt controlats i que els periodistes han de centrar-se en fer bé la seva feina amb rigor i claredat, més que preocupar-se per la crítica externa. Recuperar la confiança de l'audiència passa per oferir informació clara, contrastada, amb context i fomentant l'esperit crític del públic. Recomana contrastar diverses fonts per tenir una opinió equilibrada, especialment amb tanta informació ràpida i desinformació a les xarxes.

Finalment, sobre l'ètica, Caterina aposta per entendre bé els fets abans de comunicar-los, contrastar amb totes les fonts disponibles i transmetre'ls de manera clara i, si cal, entretinguda. També destaca la cura de la llengua i la responsabilitat de saber que s'ha fet una feina professional i rigorosa.

9.4.3 ENTREVISTA A ESPARTAC PERAN

Espartac Peran es un periodista i presentador català de TV3. He contactat amb ell via Instagram i l'entrevista s'ha fet mitjançant audios.

- Quin creus que és el paper principal del periodista en una societat democràtica com la nostra?

Com estàs? Començo a respondre, així ja podràs anar fent la feina, d'acord? Va, disparo. Bé, jo crec que... El paper del periodista moltes vegades queda relegat a la direcció i al govern que té al damunt, malauradament. És a dir, el rol del periodista revolucionari i que s'enfronta al poder jo l'he vist poc. Per tant, el paper d'un periodista en una societat democràtica és la de denunciar i denunciar i trencar la cintura als possibles governs, però sempre pensant que el periodista té uns límits, que si aquest mitjà de comunicació deixa que faci denúncies, deixa que aixequi exclusives que poden incomodar, però si vas una miqueta més enllà del compte, si et passes un pèl, te'n vas al carrer. Per tant, el periodista deixa de menjar i això és un problema.

- Com es garanteix la imparcialitat a l'hora d'informar en un mitjà públic com TV3?

TV3 és de les poques que aquí a l'estat espanyol té una comissió de govern, té un comitè professional que vetlla per totes aquestes qüestions, és un comitè que pot fer posar vermell al govern, que intenta posar el nas o el dit més del compte a TV3, però la imparcialitat, com a tal, no existeix. I és decebedor, però la imparcialitat és molt difícil en el nostre món. Jo crec que la imparcialitat la pot tenir un pallasso, un actor, de vegades mal vivint perquè no té sales on projectar el seu espectacle, però un periodista pot... És a dir, hi ha mitjans més imparcials que d'altres, però aquesta imparcialitat està molt lligada a moltes coses, ja no és només la política, sinó també algunes marques publicitàries. Estem en un moment molt delicat, si és que no hi ha estat sempre.

- Creus que els mitjans públics tenen més pressió política que els privats?

Home, només faltaria. N'han de tenir molta, de pressió. Els mitjans públics han de fer el que no fa el privat, pot acostar-se al que fa el privat, perquè, evidentment, ha de rendir a nivell d'audiència, però pot fer televisió, de vegades, acostant-se a la televisió d'escombraries, pot acostar-se a l'entreteniment més estripat, però el que ha de fer és bons programes culturals i bons programes de reflexió i no oblidar que el naixement de la televisió pública hi ha en aquests fonaments.

- Quina relació hi ha entre TV3 i les institucions del Govern català? Hi ha contacte habitual?

És evident que una televisió pública com TV3 té una relació entre les institucions del govern català, perquè és el govern català qui ha fet néixer Televisió de Catalunya i qui li dóna sentit. Hi ha contacte habitual, hi ha una comissió i un control parlamentari amb tots els partits polítics, per tant, sí.

- Has viscut o coneixes casos en què un periodista hagi sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera concreta?

Sí, en casos en què hi ha hagut periodistes que han sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera o d'una altra, aquí, allà, a fora, a dins, a tot arreu del món. El periodista, ja torno a dir, més revolucionari, més combatiu, té problemes per aguantar ferm cada dia.

- Creus que hi ha temes que es tracten amb més sensibilitat o prudència per evitar conflictes polítics?

Sí, sí, sí. Conflictes polítics i conflictes socials. És a dir, quan treballes en un mitjà de comunicació públic, el que has d'entendre és que ja no només has d'anar en compte amb les notícies falses, sinó també amb el que dius, perquè hi ha una notícia que pot ser molt certa, però que si tu la dius pots alarmar i fer entrar en pànic una societat. Per tant, s'ha d'anar molt en compte, i aquí la professionalitat dels periodistes i dels periodistes que treballen en mitjans públics.

- Com afecta al periodista saber que una part del públic pot percebre el mitjà com a manipulat?

Estem en un moment que qualsevol cosa que facis, per exemple, a TV3, en ple procés independentista, tothom acusava TV3 d'independentista radical. A la que s'acaba tot el procés, s'acusa TV3 d'antiindependentista radical. I clar, la gent que treballa a dins continuen sent els mateixos. Per tant, pot ser que estiguem bojos, però no del tot. És a dir, intentem fer la feina el més bé que podem, amb tots els errors possibles pel mig.

- Com es pot recuperar la confiança quan l'audiència dubta de la naturalitat d'un mitjà?

Perdre aquesta confiança de l'audiència és la mort absoluta, com també passa amb un partit polític. De cebre és mortal. I TV3, en general, i això ho avalen les audiències, per sort, mai ha decebut. Sempre se la té com la televisió i la ràdio de referència a l'hora d'informar-nos.

- Creus que en l'actualitat és possible un periodisme 100% objectiu? O sempre hi ha una certa influència política o empresarial?

No. Per desgràcia, ho he dit abans, actualment el periodista 100% objectiu no ha existit, ni ara, ni mai. És molt difícil. Ens devem a moltes coses, i cada dia més. Pots tenir una parella que treballa en el món sanitari, per tant, una crítica al món de la salut pot ser delicat. Pots tenir una parella que treballa al món bancari, i per tant, per molt quebrons que siguin els del banc, si tanquen, si aixapen, saps que la teva parella pot perdre la feina, i això és en un terreny molt bàsic i molt personal. Doncs imagina't quan un banc paga publicitat en una televisió. Imagina't quan un govern dona una subvenció en un mitjà de comunicació. És molt difícil equilibrar aquí. És molt difícil que aquí hi hagi equilibris. És a dir, no, tot el contrari, és molt fàcil que aquí s'hagi sempre d'equilibrar.

- Quines estratègies personals utilitzes per mantenir-se fidel a l'ètica periodística?

L'equilibri està en l'ètica. El que no t'agradaria que et fessin a tu. El que t'agradaria, de la manera que t'agradaria que t'informessin a tu. I sobretot pensant que si ets una persona que tens molts diners, molts diners, hi ha gent que té pocs diners, i al revés també. Per tant, quan parles per un mitjà de comunicació, has de parlar absolutament per tothom, i has de tenir en compte absolutament a tothom. I això que és tan obvi, tan senzill, hi ha molta gent que no ho té clar. Per tant, és sobretot això. En el meu cas, l'ètica professional s'aconsegueix si tens ètica personal.

De l'entrevista amb l'Espertac Peran, es poden treure les idees principals següents sobre el periodisme, l'ètica i la relació amb el poder.

Segons l'Espartac, el paper del periodista en una societat democràtica hauria de ser principalment denunciar i controlar el poder. Tot i això, aquest rol sovint es veu limitat per la direcció dels mitjans i pels interessos dels governs, cosa que dificulta fer un periodisme completament lliure i combatiu. Així, el periodisme independent i crític és poc habitual, i desafiar massa les estructures de poder pot portar precarietat professional.

Pel que fa a la imparcialitat, Espartac diu que és gairebé impossible aconseguir un periodisme totalment objectiu. Fins i tot els mitjans públics estan influïts per factors polítics, socials i econòmics, com publicitat i subvencions. Tot i això, sí es pot intentar ser rigorós i honest, encara que l'equilibri complet sigui molt difícil.

Els mitjans públics, segons Espartac, pateixen més pressió política que els privats. Tot i això, tenen la responsabilitat de crear continguts de qualitat i programes culturals i de reflexió, més enllà de buscar només audiència o entreteniment. La relació amb els governs forma part del seu funcionament, amb comissions i controls parlamentaris que regulen aquesta interacció.

Hi ha temes que es tracten amb més prudència per evitar conflictes polítics o socials. Aquesta precaució forma part de la professionalitat, ja que la manera com es presenten les notícies pot generar alarma o malestar en la societat. A més, els periodistes han d'afrontar la percepció que el públic pugui tenir sobre possibles manipulacions, cosa que fa que recuperar la confiança de l'audiència sigui molt difícil si es perd.

Peran també destaca la importància de mantenir l'ètica professional a partir de la consciència personal: tractar les persones com voldries ser tractat, informar pensant en tots els sectors de la societat i actuar tenint en compte les desigualtats socials. Així, l'ètica periodística no és només normativa, sinó que depèn molt de la consciència i responsabilitat del periodista.

9.4.4 ENTREVISTA A XAVI CORAL

La següent entrevista es a Xavi Coral, un periodista català i presentador del Telenotícies migdia de TV3. He contactat amb ell via Instagram i hem fet una videoconferència. (JB) Jana Bosacoma, (XC) Xavi Coral.

- (XV) Ei. Hola.
- (JB) Hola, hombre.
- (XC) No ho entenc, però el FaceTime... O sigui, l'Instagram pot ser que no funcioni bé, però el FaceTime normalment funciona.
- (JB) Ja, ja, ja, no ho sé, no ho sé.
- (XC) No ho sé.
- (JB) Bueno, molt raro.
- (XC) Bueno, què tal?
- (JB) Molt bé. Bé, liada amb el treball però molt bé. Tu?
- (XC) Molt bé, molt bé.
- (JB) Jo, estic una mica nerviosa... però bueno.
- (XC) No, però estem fent proves dels nous talentistes i avui volfem provar una cosa molt concreta i tal, i m'han fet pujar i ara m'he...
- (JB) Cap problema, tranquil.
- (XC) Vale. Però tu ja has acabat d'estudiar aquest any, no?
- (JB) No, no, estic fent primer de batxillerat, i ara haig de fer el treball de recerca.
- (XC) Ah, vale.
- (JB) Sí. I faig sobre la manipulació dels governs a través del periodisme.
- (XC) Caram.
- (JB) Sí.
- (XC) Molt bé. Vols ser periodista, tu, diguéssim, o no?
- (JB) Sí, m'agradaria, però bueno, no ho tinc clar. Perquè m'han dit que costa molt treure després... Diu que ho estudies i després no trobes feina. Poder em costa molt.
- (XC) Bueno, costa molt, com costa a totes les feines, eh?
- (JB) Ah.

- (XC) O sigui, i es tracta... Jo crec que l'avantatge del periodisme és que si practiques, si fas coses, si escrius, si vas i tal, si et prepares bé, si fas moltes pràctiques, hòstia, tens moltes oportunitats. Jo crec que és un món en què encara hi ha moltes possibilitats, perquè es necessiten molts generadors de continguts, els periodistes són generadors de continguts. Abans hi havia els diaris, les ràdios, hi havia 3 diaris, 3 ràdios i 3 teles, no sé com dir-t'ho. Ara, mare meva, internet, per exemple, o tal, donen moltes possibilitats. Si tens ganes de fer- ho, no et queixis amb la idea que costarà molt trobar feina, perquè a tothom li costa molt trobar feina. Vull dir que si és el que t'agrada, endavant, ja veuràs que és una feina que està molt bé.
- (JB) Sí, sí, doncs sí que m'agrada.
- (XC) Encara tens temps, encara tens temps.
- (JB) Et sembla bé, si gravo amb el mòbil la veu?
- (XC) Sí.
- (JB) Perfecte. Doncs, primer, merci per poder fer la trucada, m'ajudarà moltíssim. Et sembla bé si començo amb les preguntes, doncs?
- (XC) Sí, endavant.
- (JB) Quin creus que és el paper principal del periodisme en una societat democràtica com la nostra?
- (XC) Bé, jo crec que és una mica... Té un paper de molta responsabilitat, no? Perquè es tracta de que expliqui... O sigui, no tothom pot informar-se per si mateix directament, no? No tothom pot anar a un consell de ministres, no tothom pot anar a la roda de premsa del president del govern, no tothom pot anar, jo què sé, a seguir el que passa... a les reunions d'una empresa que té problemes, el que sigui. I, per tant, som els periodistes que anem en nom de la gent. I això ens obliga a ser, això, molt responsables, i a donar aquesta informació amb la voluntat, diguéssim, l'objectivitat total no existeix, però amb la voluntat que reflecteixi al màxim la realitat d'aquells fets. I, per tant, crec que el nostre paper és una mica... Fer que la societat sigui més transparent, diguéssim. Que es coneguin les coses, que la gent entengui per què es prenen segons quines decisions, que entengui el context de les coses que passen al món, i tota aquesta és la feina que fem els periodistes. Per tant, crec que és una feina vital, perquè és que la gent estigui ben informada, fa

que la gent també sigui més crítica, i que la gent pugui valorar millor el món en què viu. I això, doncs, és important, no ho sé.

- (JB) Sí, perfecte. Com es garanteix la imparcialitat a l'hora d'informar en un mitjà públic com TV3?
- (XC) Clar, moltes vegades a mi també m'ho diuen. No, però segur que tu entens el que has de dir, o segur que tu... o sigui, ho ve algú i us diu... Fa 28 anys que treballo aquí a TV3, i fa 28 anys que he escrit coses per dir a la tele, i mai ningú m'ha vingut a dir que havia de dir una cosa d'una manera o d'una altra. Jo crec que justament la televisió pública, si podem donar garanties, és d'aquesta independència. Especialment els serveis informatius. Jo no dic que després hi hagi programes de magazín, programes de tertúlia, programes d'entrevistes, en els quals no s'estigui informant, per tant, s'estigui opinant, i, per tant, aquí s'ha de vigilar, perquè el que t'estan dient no és una informació, sinó que és una opinió. Però en els informatius nosaltres informem. I tenim un equip de redacció molt potent que es dedica a treballar sempre amb criteris periodístics, contrastant la informació, donant veu a tothom, buscant el context de per què passa aquella informació, comprovant tot el que ens diuen... Vull dir, nosaltres apliquem tot aquest sistema a tot el que fem. I, a més, tenim uns filtres, diguéssim, que ens protegeixen. Amb el cap dels anys, ja fa molts anys, però al començament sí que potser no teníem tanta defensa del periodista aquí a la tele. Però ara tenim un consell de redacció, per exemple, i un consell d'informatius, en els quals, si tu en algun moment donat et sents... que algú t'està pressionant perquè diguis una cosa d'una manera i no la diguis d'una altra, o perquè vagis a favor d'una idea o d'una altra, podem generar una denúncia, i això es faria molt gros, realment. No ho tenen fàcil els que volen influir sobre els periodistes d'una televisió pública com TV3 perquè nosaltres no puguem mantenir els criteris periodístics. I després el que fem també és tenir molts debats entre nosaltres. Tot el dia, cada vegada que es genera una informació, estem parlant de com l'enfoquem, de com la valorem, de com no, de tal, de fer-ho de la millor manera possible. I aquest debat també fa que surti al final una informació molt equilibrada. Jo crec que tenim molts mecanismes per aconseguir que aquesta informació sigui prou independent i prou fiable perquè els espectadors la puguem consumir. I això

també es nota amb les audiències. Els informatius de TV3 tenen una audiència que triplica o quadriplica la de la resta de cadenes. Per tant, això deu ser que la gent ha vist al llarg dels anys... que es pot confiar en TV3 i que es pot confiar en aquesta informació. Jo crec que estem en un bon lloc.

- (JB) Sí. Tots els que hem parlat de moment m'ha dit el mateix aquí. ¿Creus que els mitjans públics tenen més pressió política que els privats o el mateix?
- (XC) Jo crec que tots els mitjans privats també tenen molta pressió política. I potser no és directament els partits polítics, però sí que els partits polítics, a través de segons quins interessos econòmics i de segons quines empreses, també aconseguixen influir en els mitjans privats. Jo no et diré que a nivell de, per exemple, de Consell d'Administració de la Corporació Catalana, de mitjans audiovisuals o del que ara és el TresCat, no et diré que allà, com que hi ha representats tots els partits polítics, a l'hora de dir farem aquesta sèrie, o a l'hora de dir farem aquest programa, o a l'hora de dir farem, no ho sé, a partir d'ara, jo què sé, hi va haver un moment que es va dir que hi havia massa política a la graella de TV3, i volien que hi hagués menys política. Llavors es prenen aquestes decisions que són més estratègiques i tal, i per tant aquí sí que depèn de qui tingui la majoria en el Consell d'Administració, pot ser que la cosa vagi cap on va, no cap on altra. Però jo, al meu nivell, que és el que jo treballo, diguéssim, nosaltres aquesta influència, aquesta voluntat dels polítics d'influir, si per cas no ens arriba. Jo crec que el cap d'Informatius sí que en algun moment deu rebre trucades dient que hauríeu de venir a cobrir això o hauríeu de parlar d'allò, però nosaltres, de veritat, a veure, hem de donar veu a tothom, si no, tampoc ens tanquem a escoltar... Si els partits polítics estan fent coses o el que sigui, tampoc ens hem de tancar a escoltar-los, perquè també formen part del funcionament de la societat, per tant també hi anem, però sempre ho fem amb criteris periodístics. Vull dir que... que no, no... O sigui, sí que és veritat que el poder polític... és el que governa, diguéssim, la corporació catalana o el 3CAT, però jo crec que és a nivell estratègic, a nivell de grans línies, però mai a nivell del dia a dia dels informatius.
- (JB) Quina relació hi ha entre TV3 i les institucions del govern català? I si veus una relació molt diària i habitual o més... poc?

- (XC) Bueno, no, jo crec que sí que és molt intensa, però és perquè ens interessa molt a nosaltres explicar també tot el que decideixi el govern o el que decideixin les conselleries que s'afecten a la gent. Per tant, a nosaltres ens interessa explicar a la gent el que està passant. I ens interessa que si s'aprova una llei que a partir d'ara farà, avui s'està parlant que no es pot fumar a les terrasses, nosaltres això ho hem d'explicar. Llavors, nosaltres ens posem en contacte amb la Conselleria de Salut, per exemple, i demanem informació. O sigui, sí que tenim un contacte molt estret, per què? Perquè volem tenir la informació, volem tenir-la abans, si pot ser, per treballar-la bé per al dia que l'hem d'explicar. Per tant, sí que hi ha molta relació amb el govern, però és una relació, perquè és natural, aquesta relació, perquè hem d'explicar el que fan. Perquè, a més, volem explicar el que fan. Volem que el que fan no quedi amagat. Moltes de les coses que fan volem que surtin a la llum, no volem que se sàpiguen. O sigui que sí, hi ha molta relació, però jo crec que és positiva.
- (JB) Després, has viscut o coneixes casos en què un periodista hagi sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera concreta?
- (XC) Clar, ja et dic, jo, aquí, a... a informatius dels talent de notícies, jo no ho he vist. Sí que hi ha hagut algun cas aquí a TV3, sí que fa molts anys que hi va haver algun cas, quan encara no teníem aquests filtres, aquestes capes de protecció que tenim ara, sí que en algun moment algú es va plantar de dir que no volia explicar aquesta història d'aquesta manera, però t'estic parlant igual de fa 25 anys, o més. Vull dir, des de fa... des de fa 25 anys segur, jo no ho he vist, això, no m'ha passat a mi, ni he vist que li passés a ningú. Ara, sí que, per exemple, hi ha hagut alguns problemes alguna vegada amb algun... amb algun 30 Minuts, amb algun Sense ficció, amb alguna cosa que s'ha volgut investigar i que el govern de Torra en aquell moment no li ha convingut, i llavors s'ha fet alguna pressió, alguna cosa, per què tal, però jo crec que sempre... A més, estem en un moment, actualment, que jo, per exemple, si mai em vinguessin a pressionar, jo tinc molts seguidors a Twitter, és igual, a Instagram, on sigui, jo faig un tuit dient... M'estan pressionant per això, i, hòstia, aquí s'arma la... la... la... la... la San Quim Chin, o jo què sé, s'arma una dona molt grossa, no? Vull dir que, per tant, hòstia, no és fàcil que

aconsegueixin manipular-te el d'allò. Jo diria que és més fàcil en els mitjans privats, perquè nosaltres aquí tenim una protecció, tenim unes condicions laborals també molt estables, i això ens ajuda. En un mitjà privat, en què els que hi treballen són precaris, i, per tant, poden perdre la feina, si no fan el que els diu la direcció, per exemple, jo crec que hi ha més possibilitat de manipular el periodista. Però aquí, en un mitjà públic, o almenys en el nostre, que és el que jo conec, jo crec que és molt difícil.

- (JB) Creus que hi ha temes que es tracten amb més sensibilitat o prudència per evitar alguns tipus de conflictes?
- (XC) Bueno, això sí que és veritat que... A vegades tenim, ja et deia abans, tenim molts debats sobre com plantejem les coses, i tenim debats, a vegades, sobre com hem de tractar temes que són molt delicats, com per exemple la immigració. Ara tenim alguns partits, per exemple, que són molt crítics amb la immigració, o que en algun cas fins i tot arriben a punts de xenofòbia contra la immigració. Llavors nosaltres hem de ser equilibrats i hem de reflectir la realitat. Si hi ha algú que està dient que tots els immigrants que arriben aquí són delinqüents, nosaltres el que hem de fer és explicar si això és veritat o no és veritat. I això no és veritat. No tots els immigrants que arriben a Catalunya són delinqüents. Hi ha delinqüents, com n'hi ha en tants altres... entorns socials, segur, no? Però no ho podem dir. Per tant, o sigui, sí que a vegades volem posar-nos en segons quin debat per deixar clar quina és la realitat o la veritat. Ara també veiem que hi ha moltes fake news, que és molt fàcil fer córrer notícies que no tenen una base sòlida, que algú se les ha inventat. Nosaltres hem d'entrar en aquests debats i hem d'explicar les coses. I llavors dius, clar, hi ha vegades que sentiràs una informació... que a tu no t'agradarà tant el que expliquen, perquè a tu la teva percepció era una altra, per exemple. I per tant dius, hòstia, no, m'estan manipulant. M'estan dient això perquè volen lloc. Però hi ha gent, per exemple, que ens deia, durant la Covid, que anàvem a favor de les vacunes perquè volíem que la gent es morís. Hòstia, això és una bestiesa com un piano. Nosaltres anàvem a favor de les vacunes, anàvem a favor de la ciència, anàvem a favor del que es descobria, del que avançava, no? Vull dir que jo crec que també és molt depenent de quina és la notícia. La gent, si no coincideix amb aquell tipus de

notícia, és una cosa que no li agrada sentir, i està en contra i li sembla que tu el vols manipular. Però tu el que estàs fent és explicar el que està passant, no? Mm-hm.

- (JB) Com afecta al periodista saber que una part de la televisió, una part del públic, pot pensar que el mitjà tipus TV3 està manipulat?
- (XC) Clar, no, no, això és el pitjor que pot passar. Si la gent majoritàriament... Ara, per exemple, si surt, jo què sé, ahir em van veure 450.000 persones. Hi va haver una persona que em va fer un tuit dient que li havia semblat que havien volgut blanquejar un editorial que escriu en castellà, que fa llibres en castellà, i que, com que no fa llibres en català, que des de TV3 havien volgut normalitzar que un editorial faci llibres en castellà. Bé, és un editorial, que és una empresa que és catalana, però que fa llibres, que publica llibres en castellà. esclar, també pot ser això, no? I si hagués sigut un editorial que fes catalana, que hagués fet llibres en anglès, també hauríem fet una notícia. No hi havia cap voluntat de manipular ningú, ni de voler fer que la gent compri llibres en castellà, en contra del català, no? Ja es veu, això, no? Però sempre hi ha algú que troba que... Clar, si és un, o si és una minoria, diguéssim, que considera que els estem manipulant, per exemple, perquè hi ha no sé quines notícies, doncs no ens preocupa, perquè ens sembla que la gran majoria entén el que estem fent. Ara, si de cop i volta ens trobéssim que hi ha tot un corrent al país, molt important, que s'expressa molt sovint, i d'una manera molt efectiva o molt forta, diguéssim, que estem manipulant algunes coses, sí que ens ho hauríem de fer mirar, però jo no tinc aquesta sensació que TV3 manipula, no tinc aquesta sensació que la gent protesti perquè els estem manipulant. Jo crec que al revés, no? Hi ha dies que quan parles, jo què sé, de coses independentistes, als espanyolistes no els agrada, quan parles de coses espanyolistes als independentistes no els agrada, i, clar, estem una mica al mig, no?, ja és això.
- (JB) Com es pot recuperar, en el cas que perds la confiança del públic, com pots recuperar aquesta confiança?
- (XC) Clar, això s'ha de vigilar, perquè és veritat que costa molt de recuperar la confiança, no? Bé, jo crec que estem allà on irem, no? Si passés això a TV3 i haguéssim de recuperar la confiança, hauríem de fer un rècord de trencar

dinàmiques, diguéssim, que ens hagin portat fins a aquesta situació, i després aplicar criteris periodístics, perquè és que nosaltres som periodistes, si nosaltres anem a fer qualsevol informació, i això que et deia abans, la contrastem, parlem amb tothom, donem veu a totes les parts, contextualitzem, busquem els fets que porten en aquella informació i tal, tot això farà que la nostra informació sigui creïble i tinguem credibilitat, i això és el que ens permetria anar recuperant aquesta confiança, que es podria haver perdut en algun moment, no? Crec que l'obligació dels periodistes és fer periodisme, i tots sabem com es fa el periodisme, i tots sabem com no es fa el periodisme.

- (JB) Creus que en l'actualitat és possible un periodisme 100% objectiu o sempre hi ha una petita influència política o empresarial?
- (XC) Clar, és molt difícil, 100% d'objectivitat, perquè tothom té persona, i jo mateix intento explicar les coses de la manera més objectiva possible, però jo també tinc una educació, i una formació, i un entorn, i una cultura, i una manera de veure el món que segur que a mi influeix d'alguna manera, no? Però el que no podem fer és... És una cosa que, bé, fins i tot en algun moment, diguéssim, doncs pot acabar de complementar, no ho sé, la informació més àmpida, no ho sé, el teu coneixement, el teu bagatge i tal, no? Però... però clar, o sigui, val dir que l'objectivitat total no existeix, i que quan tu coneixes un lloc pots explicar-ho d'una manera, i el que va al teu costat ho pots explicar d'una altra, no? Però sí que hem de tendir a dir que si et segueixes els criteris periodistes i apliques les normes del periodisme, t'hi ha de ser per molt que ho facis molt esbiaixat, o que ho facis supersubjectiu, no? Vull dir que es tracta una mica d'aplicar això, aquesta tècnica periodística, amb tot el que fas, no? I llavors jo crec que no serà 100% objectiu, però els hi acostarà el màxim possible.
- (JB) Val. ¿Quines estratègies personals utilitzes per mantenir-te fidel a l'ètica periodística?
- (XC) Bueno, no ho sé, sobretot ser molt just amb la informació. O sigui, a vegades tens unes dades, tens uns fets, i et dic que a tu, personalment, potser no t'agrada, potser no penses d'aquella manera, o el que sigui, però has de fer l'esforç de mantenir-te sempre seguint els fets, i ja està, vull dir, no deixar-te portar... pel que tu pensaries o pel que tu diries, no? I perquè hem

d'entendre als periodistes que no és important el que nosaltres... És important que reflectim la realitat, però no és important l'aportació que nosaltres hi fem en aquesta realitat. A vegades els periodistes es converteixen en protagonistes de l'actualitat, i això no ho hem de fer. Els periodistes no hem de ser mai protagonistes de la informació, hem de ser només el vehicle que explica la informació. Jo tinc molts clars aquests conceptes i els intento aplicar sempre, no diria que tinc alguna cosa molt concreta, sinó, bueno, ho has fet de periodista.

- (JB) Per últim, hi ha un rànding mundial que col·loca Espanya en un 15 o un 20%, entre un 15 i un 20%, de manipulació per part del govern en el periodisme. Hi estàs d'acord o canviaries alguna cosa? O sigui, una mica general.
- (XC) A nivell espanyol, eh?
- (JB) Sí.
- (XC) Ara estem en un moment tan, tan, tan polaritzat, de tanta lesivitat política entre dos bàndols, que, clar, aquestes enquestes... O sigui, ara hi ha molta gent que considera que Pedro Sánchez... és el president més corrupte que hi ha hagut a la història de la humanitat. I llavors, per tant, si els hi preguntes això, doncs clar, els sembla que vol manipular els mitjans i tal, perquè ho fa tot malament. No ho sé, jo justament diria, parlant d'Espanya, eh?, jo justament diria que Televisió Espanyola, que havia passat èpoques molt dolentes, èpoques en què sí que s'havia posat, molt han entredit la seva credibilitat i la seva capacitat d'informar amb fiabilitat de les coses, ara justament està passant una època que jo crec que està bé, que està ben valorada i es nota. O sigui, ara mateix, els informatius de Televisió Espanyola veiem que van pujant. Vull dir que crec que en aquest sentit estem en un moment que no és dolent. Ara, jo no sé tampoc com funcionen els altres mitjans, i no sé fins a quin punt hi ha pressions polítiques a Televisió Espanyola, però crec que déu-n'hi-do l'equilibri que donen. Vull dir que, no ho sé, no sabia dir-te, no sabia quantificar-te el percentatge. Però jo, en canvi, sí que veig televisions privades, que sí que se'ls veu molt interessats d'una banda o molt de cullerada d'una altra, i que barregen informació i opinió moltes vegades, i això és molt perillós. Jo crec que quan fem informació fem

informació, quan fem opinió fem opinió, i l'espectador ha de poder veure en tot moment si l'estàs opinant o l'estàs informant. I això, a vegades, en les televisions privades, en els informatius de les televisions privades, això es barreja molt, i no s'acaba de veure clar una cosa o l'altra. Per tant, crec que les televisions privades, si hi ha un nivell de manipulació, crec que és més a les televisions privades que a les televisions públiques. I no sabria dir-te si aquest 20% que em dius és molt o poc, o és lògic o no és lògic, no ho sé.

- (JB) Bé, doncs ja està. Finalment, preguntar-te si al meu treball puc publicar el teu nom o el vols mantenir en anònim.
- (XC) No, no, el pots publicar.
- (JB) Perfecte, doncs ja està. Moltes gràcies.
- (XC) Però ara l'has de fer abans de l'estiu o el faràs l'any que ve?
- (JB) Bé, el vull tenir fet a l'estiu. Ja que l'any que ve, segon de batxillerat ja hi ha molt.
- (XC) Molt bé, molt bé. Bueno, molt bé, és un tema que no sé... És clar, potser sí que trobes algú que... Jo et dono la meva experiència i aquí...
- (JB) No, no, clar... La manipulació.
- (XC) Però potser sí que trobes, si entrevistes molta gent, que serà la gràcia, potser sí que trobes gent que hagi viscut altres realitats diferents de les que he viscut jo.
- (JB) A veure, és el que estic intentant comparar una mica, diferents.
- (XC) Bueno, molt bé, doncs res, escolta...
- (JB) Moltes gràcies, merci.
- (XC) A veure si ens veiem al periodisme algun dia.
- (JB) A veure.
- (XC) Va, merci.
- (JB) Vinga, que vagi bé.

Segons Xavi Coral, el periodisme té un paper fonamental en una societat democràtica: actuar com a intermediari entre els fets i la societat, explicant el que passa perquè els ciutadans puguin entendre decisions, contextos i esdeveniments, la qual cosa contribueix a una societat més crítica i informada. Tot i reconèixer que l'objectivitat absoluta és impossible, Xavi destaca la importància de la voluntat de reflectir la realitat amb precisió i rigor, aplicant criteris periodístics per aconseguir la màxima fiabilitat possible.

Pel que fa a la imparcialitat, assegura que TV3 ofereix garanties d'independència, especialment als serveis informatius. Els mecanismes interns, com el consell de redacció i el consell d'informatius, permeten protegir els periodistes de pressions externes i assegurar que la informació s'ofereixi amb criteri professional. Així, encara que existeixi influència política a nivell estratègic o de grans línies, Xavi considera que no afecta el dia a dia dels informatius.

Els temes sensibles, com la immigració o la salut pública, es tracten amb especial cura per reflectir la realitat i combatre fake news, buscant un equilibri entre diferents perspectives sense caure en manipulació. La percepció del públic sobre possibles manipulacions és una preocupació, però el periodista assenyala que la confiança majoritària en TV3 continua sent alta gràcies a l'estricta seguiment dels criteris periodístics i al context polaritzat actual, en què diferents sectors poden interpretar la mateixa notícia de manera contrària.

Respecte a l'ètica periodística, Xavi subratlla que el periodista ha de ser just i fidel als fets, mantenint-se com a vehicle de la informació sense convertir-se en protagonista. Això inclou contrastar informació, donar veu a totes les parts i contextualitzar els esdeveniments, independentment de les opinions personals.

Finalment, assenyala que la manipulació és més visible en mitjans privats, on els interessos econòmics o polítics poden influir més fàcilment, mentre que en mitjans públics amb estructures de protecció i equips professionals consolidats, com TV3, aquesta influència és molt més difícil d'afectar la feina del periodista.

9.4.5 ENTREVISTA A XAVIER GRASSET

La següent entrevista es a Xavier Grasset, un periodista que actualment dirigeix el programa La Selva, també escriptor. He contactat amb ell via Instagram i m'ha respost les preguntes de manera escrita.

- Quin creus que és el paper principal del periodisme en una societat democràtica com la nostra?

El paper és el d'informar d'allò que passa, acostar-se als fets i a la veritat amb rigor, amb precisió i neutralitat, donant els detalls que calguin perquè la ciutadania pugui tenir elements d'anàlisi que li permetin d'entendre i tenir criteri propi. Informar, i controlar allò que fan els poders públics, els governants perquè sigui ajustat a la norma. Explicar el món sabent a qui s'adreça, qui és el seu "públic".

- Com es garanteix la "imparcialitat" a l'hora d'informar en un mitjà públic com TV3?

Des d'un de públic com d'un de privat. Tots els mitjans tenen un "amo", i en el cas del públic a més hi ha mecanismes de control parlamentari sobre allò que es diu. Però en tot cas el codi deontològic del Col·legi de Periodistes, per exemple, i el llibre d'estil de TV3, ja marquen com s'ha de treballar. Buscant la veritat, evitant els biaixos (també aquells que et vulguin penjar), defensant la compatibilitat entre el dret a saber i a mantenir la privacitat, citant les fonts i mantenint el secret professional, i mirant d'evitar el conflicte d'interessos.

- Creus que els mitjans públics tenen més pressió política que els privats?

La pressió política és arreu. També en els mitjans privats on el capital de la propietat acostuma a tenir uns interessos determinats i un acostament ideològic a un o altre color. Però pensen que els mitjans públics, ja sigui TV3, ja sigui TVE, ja siguin els canals de la Xarxa, pel fet de penjar pressupostàriament dels Governos, hi tenen una dependència directa, i no és ben bé així, per bé que sovint sigui una aspiració de qui governa en cada moment.

- Quina relació hi ha entre TV3 i les institucions del Govern català? Hi ha contacte habitual?

Sí. També seria absurd que la televisió nacional no estés al cas de què fa el seu Govern. Però la relació no és de subordinació, no és un canal governamental, és això sí institucional, i això fa que sigui el canal, on el president de la Generalitat i el cap de l'oposició tinguin espai d'entrevistes específiques, que sigui allà on es fan els missatges institucionals com el de Nadal, o el lliurament de les Creus de Sant Jordi o les d'Honor del Parlament, o els actes de la Diada, per citar un seguit d'exemples. També és als seus canals informatius on s'emeten els debats parlamentaris.

- Has viscut o coneixes casos en què un periodista hagi sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera concreta?

Hi ha hagut moments de fricció i nervis, però la redacció té una estructura de caps de redacció i consells que permeten debatre enfocaments i conciliar tesis.

- Creus que hi ha temes que es tracten amb més sensibilitat o prudència per evitar conflictes polítics?

La gent és conscient d'allà on treballa i del material amb el què treballa, però això no limita la feina periodística, i que ben contrastada es pugui donar en tota la seva dimensió.

- Com afecta al periodista saber que una part del públic pot percebre el mitjà com a manipulat?

L'últim baròmetre del CEO no diu això. La majoria dels catalans de més de 50 anys tenen com a font d'informació política diària la televisió, els de 35 a 49 anys s'informen en un 29% per xarxes socials i en un 27% per la TV; els de 25 a 34 per Xarxes socials en un 30%, diari 15%, Tv 13%, i els de 18 a 24 per Xarxes en un 26%, i en un 19% per TV. Aquí la referència és el mitjà, però la credibilitat de TV3 la valoren i avalen estudis com els panels de GFK que la assenyalen com la cadena generalista més ben valorada. Amb tot el

mitjà és el missatge, i TV3 s'adreça als catalans, té la mirada catalana del món, i segueix què fa la majoria de catalans. Els anys del procés es va voler demonitzar TV3 per pur càlcul polític d'aquells que hi estaven en contra, que sempre van tenir la possibilitat d'explicar-s'hi, a diferència del que va passar a la resta de mitjans.

- Com es pot recuperar la confiança de l'audiència quan aquesta dubta de la neutralitat d'un mitjà?

Seguint treballant amb rigor i donant marge a totes les veus com s'ha fet sempre.

- Creus que en l'actualitat és possible un periodisme 100% objectiu? O sempre hi ha una certa influència política o empresarial?

L'objectivitat al 100 x 100 no existeix. El periodisme el fem els subjectes, no els objectes, i per tant és subjectiva. El que cal és que se separi bé la informació de l'opinió, que no es faci un aiguabarreig on no se separi el gra de la palla, que faci córrer les falses notícies.

- Quines estratègies personals utilitzes per mantenir-se fidel a l'ètica periodística?

Fa prop de 45 anys que faig aquesta feina, i sempre he treballat amb les mateixes eines, tant quan ho feia en una emissora d'àmbit local i privada (ser) com quan ho he fet en un mitjà públic. Rigor i contrastar allò que et diuen i mantenir la pluralitat com aspiració per enriquir el debat.

De l'entrevista amb Xavier Grasset en puc extreure diverses conclusions sobre el paper del periodisme i el funcionament dels mitjans públics.

En primer lloc explica que, el periodisme té una funció molt important en una societat democràtica: informar la ciutadania amb rigor i explicar els fets de la manera més precisa possible. Això permet que les persones puguin entendre què passa al món i formar-se una opinió pròpia. A més, també afirma que els periodistes també tenen el paper de controlar l'actuació dels governs i dels poders públics.

Una altra idea que m'ha traspassat és que la imparcialitat s'intenta garantir mitjançant normes professionals, com el codi deontològic dels periodistes o els llibres d'estil dels mitjans. Aquestes normes estableixen que cal contrastar les fonts, evitar els biaixos i separar clarament la informació de l'opinió.

També en vui destacar que la pressió política pot existir tant en mitjans públics com en privats. En els públics pot haver-hi dependència econòmica dels governs, mentre que en els privats poden influir els interessos dels propietaris o de les empreses que els financen.

També m'ha recalcat que, tot i que els mitjans públics tenen relació amb les institucions del govern, això no significa que siguin un instrument del govern. La seva funció és informar sobre l'activitat institucional i donar espai a diferents actors polítics.

Finalment, afirma que el periodisme 100% objectiu no existeix, perquè les notícies les expliquen persones i sempre hi ha una certa subjectivitat. Tot i així, els periodistes poden apropar-se a la màxima objectivitat possible treballant amb rigor, contrastant la informació i donant veu a diferents punts de vista.

9.4.6 ENTREVISTA A JOEL DÍAZ

La següent entrevista es a Joel Díaz, un periodista i humorista català, ha estat una de les veus de “La Sotana”, ha treballat a Catalunya Ràdio i ha sigut presentador del programa “Zona Franca”. He contactat amb ell via Instagram i m’ha respost les preguntes de manera escrita.

- Quin creus que és el paper principal del periodisme en una societat democràtica com la nostra?

Crec que el seu paper principal hauria de ser justament el de garantir la qualitat de la democràcia. La qualitat d'una democràcia es basa, sobretot, en la informació. Com més i millor informats estiguin els ciutadans, més i millor escolliran els seus representants polítics.

- Com es garanteix la “imparcialitat” a l'hora d'informar en un mitjà públic com TV3?

No es garanteix ni es pot garantir perquè la imparcialitat en el periodisme és impossible i està bé que així sigui.

- Creus que els mitjans públics tenen més pressió política que els privats?

La meua experiència diu que no, que tenen la mateixa pressió o inclús més. Els mitjans públics com a mínim han de mantenir una aparença democràtica i estan sotmesos a cert control. Els privats, ni això.

- Quina relació hi ha entre TV3 i les institucions del Govern català? Hi ha contacte habitual?

Això ho hauries de preguntar a un directiu de TV3. Jo l'únic que sé segur que és que de contacte n'hi ha. Tots els partits polítics i els lobbies i grups de pressió intenten influir en la direcció dels mitjans públics, que estan molt fiscalitzats. Això és bo fins a cert punt, si les direccions són capaces de mantenir una certa independència, cosa que no passa sempre.

- Has viscut o coneixes casos en què un periodista hagi sentit pressió per enfocar una notícia d'una manera concreta?

Sí. Moltíssims.

- Creus que hi ha temes que es tracten amb més sensibilitat o prudència per evitar conflictes polítics?

Sí. I això afecta principalment a l'humor. Quan la direcció d'un mitjà públic se sent fràgil i té por, el primer que es carrega és l'humor polític. Entre ofendre tothom i no ofendre ningú, una direcció covarda sempre triarà la segona.

- Com afecta al periodista saber que una part del públic pot percebre el mitjà com a manipulat?

Quan un periodista treballa per un mitjà, normalment ja sap de quin peu calça el mitjà en qüestió, quina és la seva línia editorial i a quins poders, polítics i econòmics, és millor no molestar.

- Com es pot recuperar la confiança de l'audiència quan aquesta dubta de la neutralitat d'un mitjà?

No en tinc ni idea, em sap greu. Però suposo que un primer pas és ser 100% transparent.

- Creus que en l'actualitat és possible un periodisme 100% objectiu? O sempre hi ha una certa influència política o empresarial?

No crec en el periodisme 100% objectiu. Crec en un periodisme 100% honest, i això només és possible fora dels grans mitjans de comunicació.

- Quines estratègies personals utilitzes per mantenir-se fidel a l'ètica periodística?

La meua estratègia és imaginar-me què pensaria jo, com a consumidor, del que estic fent. No conec ningú més exigent i pesat amb mi que jo mateix.

De l'entrevista amb Joel Díaz n'extrec les següents conclusions sobre el periodisme i els mitjans públics.

En primer lloc, Joel Díaz considera que el periodisme té un paper essencial en la democràcia, ja que permet garantir la qualitat del sistema polític. Això passa perquè els ciutadans ben informats poden prendre decisions més encertades a l'hora d'escollir els seus representants.

Pel que fa a la imparcialitat, opina que aquesta és impossible d'aconseguir del tot i que no és necessari intentar-ho. El més important és que els periodistes siguin honestos amb la informació que transmeten.

Sobre la pressió política, creu que existeix tant en mitjans públics com en privats. Els mitjans públics han de mantenir una aparença democràtica i estan fiscalitzats, mentre que els privats poden tenir més llibertat d'acció, però també subjectes a interessos econòmics. A més, afirma que molts periodistes han sentit pressió directa per orientar la informació d'una determinada manera.

En Joel també assenyala que hi ha temes que es tracten amb més prudència, especialment l'humor polític, quan la direcció d'un mitjà públic es mostra poruga o sensible a possibles conflictes. Això pot afectar la llibertat de tractar certs continguts.

Finalment, coincideix amb altres periodistes en què el periodisme 100% objectiu no existeix. Per ell, el més important és ser honest i crític amb un mateix, mantenint l'ètica professional i preguntant-se com percebria un mateix la informació si fos consumidor. La transparència i l'autocrítica són claus per mantenir la confiança de l'audiència.

9.4.7 ENTREVISTA A JAIME SANTIRSO

Jaime Santirso és un periodista i escriptor espanyol. Actualment treballa com a corresponsal del diari ABC a la Xina, també ha treballat per El País. He contactat amb ell via Instagram i m'ha respost mitjançant audio.

- ¿Cuál crees que es el principal papel del periodismo en una sociedad democrática como la nuestra?

Bien, yo creo que el principal, por ser sintético, el principal papel del periodismo en una sociedad como la nuestra, que es la única en la que puede ejercer su actividad con garantías plenas, es ofrecer un relato de la actualidad basado en hechos y ajeno a intereses políticos, económicos o de cualquier otra naturaleza que sean ajenos a la deontología profesional del periodismo.

Hola, Hanna, ¿qué tal? ¿Cómo estás? Espero que todo en orden. Tenía pendiente contestarte a este cuestionario, lo cual hago un poco más tarde de lo que me habías dicho, pero bueno, en cualquier caso todavía antes del final de mes. Así que, bueno, entiendo que como no me has dicho nada, todavía estamos en plazo. Como quiero hacerlo lo antes posible para no retrasarte más, voy a hacer, como habíamos dicho, enviarte una nota de voz en la que voy respondiendo de manera ordenada a las preguntas que me planteabas, ¿vale? Y así lo dejamos listos por la marcha y no nos retrasamos más.

- ¿Cómo se garantiza la imparcialidad a la hora de informar en un medio privado como el ABC?

Bueno, la imparcialidad, obviamente, es un estado utópico, ¿no? Eso es un bien inalcanzable en la práctica, dado que toda actividad humana tiene de manera inherente sesgos, ¿no? Y que todos somos sujetos y, por ende, nuestras perspectivas son subjetivas. En cualquier caso, eso no quiere decir que sea un bien a ignorar, sino todo lo contrario, un bien al que hay que tratar de aproximarse todo lo posible. Y para hacerlo, pues existe la deontología personal, la deontología profesional, que es lo que rige la actividad del periodista, en referencia a lo que hablábamos antes en la primera pregunta.

- ¿Crees que los medios privados tienen mayor presión política de los públicos?

Yo creo que no. Yo creo que, de hecho, es al revés. Presión política hay siempre, ¿no? Porque el poder tiene sus agendas y sus intereses, los cuales defienden, ¿no? Como es lógico. Pero, al mismo tiempo, los medios privados, precisamente por serlo, cuentan con una independencia económica, editorial, práctica, que les permite tener una posición más autónoma, ¿no? Eso no quiere decir de manera necesaria que el que se haga sea mejor, pero sí que hay condiciones para adoptar una postura más dependiente de aquella gubernamental.

- ¿Qué relación existe entre ABC y las instituciones del gobierno? ¿Hay contacto habitual?

Bien, yo creo que este es un punto en el que tengo que clarificar las particularidades de mi posición, ¿no? En tanto que, corresponsal en Asia con base en Pekín. Yo entiendo tu pregunta, que te refieres a el gobierno del país, en este caso España, ¿no? El periódico, como cualquier medio, tiene, por supuesto, interacción con las autoridades gubernamentales, ya sea para las cuestiones más prosaicas del día a día, como ruedas de prensa o cuestiones organizativas, que eso como cualquier otro medio, por supuesto, las tiene. Y luego, más allá de eso, pues, imagino que también hay interacción personal de los periodistas encargados de cubrir la información gubernamental, porque eso forma parte de su acervo y de sus herramientas, ¿no? Pero no puedo ofrecer detalles al respecto, porque es una cuestión que desconozco de manera directa. En mi caso particular, en este país en el que yo ejerzo la profesión, que es en China, mi o nuestra relación, porque es una cuestión general, con las autoridades chinas es inexistente, ¿no? Hay una rueda de prensa diaria del Ministerio de Exteriores a las que a veces acudimos, pero más allá de eso no hay ningún tipo de comunicación, y eso es uno de los condicionantes, y que es un reflejo del hermetismo que hacen tan complicado, bueno, pues, ejercer esta profesión aquí.

- ¿Has vivido o conoces casos en los que un periodista haya sentido presión para enfocar una noticia de una manera concreta?

Bien, pues, de nuevo, lo que hablábamos antes, ¿no? En mi caso, sí, de una manera muy evidente, porque las autoridades chinas tratan de presionar de una manera mucho más intrusiva, comparación con otros países, a la hora de condicionar la cobertura informativa del país, y sí, bueno, me ha sucedido, ¿no? Si eso sucede, o si hay casos de otros periodistas que trabajan en otros ámbitos, pues no me consta, pero seguro que sí, claro, por supuesto.

- ¿Crees que hay temas que se tratan con mayor sensibilidad o prudencia para evitar conflictos políticos?

No acabo de entender tu pregunta. O sea, si te refieres a que el tratamiento informativo no se ajusta a las exigencias deontológicas, o si simplemente se adopta otro tono o otro acercamiento de una perspectiva menos, más moderada, ¿no? Yo creo que, en cualquier caso, la realidad de la profesión o de cualquier otra es menos edulcorada de lo que podría imaginarse, o de los modelos teóricos y condiciones ideales que se plantean desde una perspectiva académica. Al final, el periodismo también es una lucha de intereses cruzados, ¿no? Y, bueno, estoy seguro que hay temas que se tratan con mayor sensibilidad o prudencia para evitar conflictos. Sí, yo creo que se puede decir que sí, sí, sí, sí. Aunque yo creo que, al hacer eso, no debería poner en cuestión las características fundamentales de una política formativa, ¿no? Pero, en realidad, todo es una elección, ¿no? O sea, dar una noticia a una página o a dos páginas es una elección, de modo que todas esas condicionantes son los que articulan la actividad periodística, de modo que son muy presentes, son muy multidimensionales.

- ¿Cómo afecta al periodista saber que una parte del público puede percibir el medio como manipulado, como manipulador? Entiendo, ¿no?

Bueno, pues con tristeza, yo creo, ¿no? Con tristeza, por supuesto, porque al final la confianza es y la credibilidad es la divisa de todo periodista. Al mismo tiempo, como periodista, y sobre todo como periodista raso, si quieres, como periodista que no tiene a otras personas a su cargo, yo no me responsabilizo

de las actividades porque no me corresponde hacerlo, ¿no? De las actividades que hacen otros periodistas con los que comprar todo medio o condiciones que se toman. Yo, digamos, tengo que evaluar, sobre todo, la respuesta a mi propio trabajo y responder de mi propio trabajo. Y, por supuesto, cuando alguien considera que una información es manipuladora, pues lo estudio y trato de comprobar si es así y, de ser así, pues trato de corregirlo, por supuesto, claro

- ¿Cómo se puede recuperar la confianza de la audiencia cuando está en duda de la neutralidad de un medio?

Bueno, pues es muy complicado, ¿no? Porque la confianza se construye a lo largo de décadas y se pierde en un momento. Como te decía antes, esa es la gran divisa de un medio de comunicación y perderla es, pues, es precisamente un gran problema. Además, yo creo que dado el entorno actual de multiplicidad de canales informativos, de entretenimiento, la dimensión de credibilidad que aporta una cabecera tradicional es un valor aún más importante, si cabe. Y, por tanto, parte de la actividad periodística debe estar destinada a defenderlo.

- ¿Crees que en la actualidad es posible un periodismo 100% objetivo o siempre hay cierta influencia política empresarial?

Siempre hay cierta influencia y no ya sólo cierta influencia política empresarial. Yo creo que es una cuestión, es un condicionamiento humano, ¿no? Como te decía antes, cada decisión, cada perspectiva, cada interpretación está teñida de una dimensión individual, desde la reacción misma de la noticia hasta su contextualización dentro de un periódico impreso o de una página web, su ponderación en términos de importancia respecto a otras preguntas, a otras informaciones. Todo eso son decisiones y yo no creo, eso en realidad no es problemático. Eso es parte también de, como hablábamos antes, de la credibilidad, de saber que alguien, un periodista de quien te puedes fiar, ha tomado esas decisiones o te ofrece una descripción de un fenómeno social, político, económico. Especialmente ahora en tiempos en los que cada vez hay más contenidos automatizados. Y luego, en última

instancia, por supuesto, también hay influencias externas con respecto al tratamiento. Yo creo que eso es, eso digamos, en un mundo práctico real, eso es parte de la, es natural, ¿no? Sí, pero eso no quiere decir, como te decía antes, que eso esté mal, ¿no? La realidad es así y lo que hay que hacer, como decía antes también, es aferrarse al código deontológico y hacer una información humana, pues es decir, subjetiva, incompleta, falible, pero honesta, perfectamente honesta.

- ¿Qué estrategias personales utilizas para mantenerte fiel a la ética periodística?

Me preguntas por las estrategias para mantenerse fiel a la ética periodística, que además conecta con lo que venía hablando. Bueno, pues lo que hay que hacer es tratar de proporcionar, digamos, perseguir la objetividad y la neutralidad como un ideal inalcanzable, ¿no? Tratar de mantener a raya y de examinar de manera, de manera, de una perspectiva ajena, ¿no? Desidentitaria, ajena a la identidad, los sesgos que todos tenemos y remitirse a los hechos y confirmar, confirmar y corroborar y asegurar. Y esa es la manera de que, como decía antes, el periodismo que es una actividad humana, por ende, falible, pues que se haga de manera honesta, que es lo más importante.

Y con eso espero haberte respondido a tus preguntas. Espero que te vaya muy bien con tu trabajo, con tus estudios de bachiller y, nada, cualquier cosa que necesites me dices, ¿vale? Venga, Hanna, un abrazo. Hanna, bueno, no sé si es Hanna o Yanna, no sé. Bueno, en cualquier caso, un abrazo, ¿vale? Gracias, chao, chao, chao.

De l'entrevista amb Jaime Santirso n'extrec les següents conclusions sobre el periodisme i els mitjans.

En primer lloc, en Jaime considera que el paper principal del periodisme en una societat democràtica és oferir informació basada en fets, allunyada d'interessos polítics, econòmics o personals, respectant sempre la deontologia professional. Això ajuda a que els ciutadans tinguin una visió clara de la realitat i puguin formar opinions pròpies.

Sobre la imparcialitat, coincideix amb altres periodistes a dir que és un ideal gairebé inabastable, ja que tots som subjectius. Tot i això, destaca que cal aproximar-s'hi al màxim a través del compliment de la deontologia personal i professional, i corroborant constantment la informació.

Pel que fa a la pressió política, opina que els mitjans privats poden tenir més independència que els públics, ja que compten amb autonomia econòmica i editorial, encara que sempre existeix certa pressió. També reconeix que hi ha circumstàncies, com quan treballa a la Xina, en què la pressió pot ser molt més intensa i directa.

En relació amb la percepció del públic, admet que és trist quan part de l'audiència considera un mitjà manipulador, ja que la credibilitat és clau per a un periodista. La confiança es construeix amb anys de rigor informatiu i es pot perdre molt ràpidament.

Finalment, Jaime insisteix que el periodisme 100% objectiu no existeix perquè cada decisió i interpretació té un component subjectiu. El més important és actuar amb honestat, seguir el codi deontològic, corroborar els fets i mantenir la neutralitat com a ideal, encara que sigui inabastable. Aquesta és la manera de ser ètic i fidel a la professió.

9.5 ENTREVISTA A POLÍTICS

Des d'un principi tenia claríssim que volia intentar entrevistar a polítics, tot i que sabia que em seria complicat. La meua idea principal era arribar a polítics de diverses ideologies. Per a la meua recopilació d'entrevistes, vaig fer com sempre. Enviar diversos missatges a un ventall de polítics realment gran, aquesta part m'ha fet adonar-me del següent:

- Hi ha varis polítics que semblaven entregats a fer l'entrevista, però quan finalment els enviava les preguntes, desapareixien. Potser pel compromís professional que els podria comportar respondre-les.
- He contactat a polítics de tots els mitjans de comunicació d'Espanya, però la gran majoria dels que m'han contestat son de Catalunya.
- He contactat amb polítics afins a les extremes dretes i no he rebut resposta absolutament de cap. En canvi, de polítics afins a les esquerres sí que he rebut resposta.
- També hi han dos polítics que m'han demanat que les seves respostes fossin anònimes.

És per això que la varietat de ideologies polítiques quen m'hagués agradat tenir en aquest àmbit, no l'he aconseguit. Tot i això les entrevistes que he realitzat aporten informació rellevant.

9.5.1 ENTREVISTA A NON CASADEVALL

En Non Casadevall és el primer Secretari General de la CUP, també es portaveu del partit. He contactat amb ell mitjançant Instagram i m'ha contestat de manera escrita.

- Quin paper creu que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?

Han de tenir un paper fiscalitzador, un paper de treballar per assegurar informar la ciutadania, per la seva independència, entenent que no tenen lligams econòmics o responen a interessos privats. Si bé actualment (responen a la segona pregunta) acaben responen a interessos del govern, reforçar la ideologia o els missatge que vol reforçar i transmetre el govern.

- Creu que és cert que els mitjans públics son els portaveus del govern?

(Pregunta 1)

- Pensa que la pluralitat de veus està garantida als mitjans públics catalans, especialment pel que fa a polítiques minoritàries?

No massa, el fet de respondre a determinats interessos governamentals, fa que s'oblidin de donar veu a aquelles posicions no majoritàries, crec que aquest hauria de ser el paper dels mitjans públics, ofertar, posicions, mostrar veus i opcions diverses, m'ñes enllà del que ja és conegut per la majoria de la població.

- En períodes de dificultats polítiques que creu que haurien de fer els periodistes? I de quina manera creu que han d'informar a la població?

Crec que han de mostrar una posició, una lectura crítica i pròpia més enllà de fer de transmissió i explicació de les veus i aportacions existents.

- Com valora el tractament mediàtic que reben els moviments socials i de protesta? Creu que hi ha biaixos?

Grans i preocupants, biaixos que responen a interessos i això ho valoro com a molt preocupant.

- Com valora la relació actual entre les institucions i els mitjans de comunicació? Vostè que es secretari de la CUP, com es comunica amb els periodistes?

A través de les responsables de comunicació de la CUP, tenim una persona encarregada de fer aquests contactes i relacions, a qui derivo qualsevol contacte. És una manera de fer les coses de forma més sistemàtica i ordenada.

- Creu que els periodistes també son beneficiats d'alguna manera pel govern?

Hi ha de tot, crec que alguns busquen determinats favors i juguen un paper clientelar, depèn molt dels mitjans i de la idiosincràsia de cada periodista.

- Creu que els ciutadans confien suficientment en els mitjans de comunicació?

Si bé d'entrada majoritàriament moltes persones expressen suspicàcia, al final perceps que els discursos majoritàries establerts acaben sent acceptats per una àmplia majoria.

- Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la gent?

Totalment, inclús penso que hi ha interès, esforç i disseny perquè així sigui.

- Si pogués canviar el sistema de mitjans públics què canviaria?

Els treuria influència del govern del moment, generaria més espai d'independència, i fórmules per evitar influències o ingerències. Els dotaria de més recursos, materials i humans, doncs penso que són una veritable estructura d'estat i molt rellevants pel país.

- Quins mitjans creu que hauria de posar el govern per garantir la imparcialitat als mitjans de comunicació privats que reben subvencions?

Subvencions no directes, convenis per tasca, amb oferta pública, per projectes específics i evitant que s'usin per externalitzar unes feines que hauria de cobrir els mitjans públics

- Reporters Sense Fronteres son una associació que lluiten pels drets dels periodistes arreu del món, aquests han fet un rànquing mundial sobre la manipulació del govern cap a la població. Valoren a Espanya entre un 15-25% de manipulació, hi està d'acord?

D'accord amb què hi ha una manipulació important a l'estat espanyol, potser a Catalunya percebo que menys que a la resta de l'estat, però m'atreviria a dir que el % de manipulació és inclús superior.

De l'entrevista amb Non Casadevall n'extrec diverses conclusions sobre la visió que té del paper dels mitjans públics i la informació en una societat democràtica.

En primer lloc, en Non considera que els mitjans públics haurien de tenir un paper clarament fiscalitzador i independent, assegurant que la ciutadania estigui ben informada sense dependre d'interessos privats o governamentals. Tot i això, creu que actualment aquests mitjans acaben reforçant els missatges i la ideologia del govern, i que això limita la pluralitat de veus, especialment les que representen posicions minoritàries.

També pensa que els periodistes, en períodes de dificultats polítiques, han d'adoptar una postura crítica i pròpia, més enllà de limitar-se a transmetre les veus existents. Durant els moviments socials i de protesta, creu que el tractament mediàtic és sovint biaixat i respon a interessos que considera preocupants.

Respecte a la relació entre les institucions i els mitjans, explica que la CUP gestiona els contactes amb periodistes de manera ordenada a través de responsables de comunicació, i admet que alguns periodistes poden ser beneficiats pel govern depenent de cada mitjà i de la persona.

Sobre la confiança dels ciutadans, opina que molts ciutadans mostren suspicàcia, però que els discursos majoritaris acaben sent acceptats per la població. També creu que la línia editorial dels mitjans pot influir de manera intencionada en la manera de pensar de les persones.

Finalment, l'entrevistat creu que els mitjans públics haurien de guanyar més independència del govern i disposar de més recursos humans i materials. També suggereix que les subvencions a mitjans privats es donin per projectes concrets i no com a externalització de feines que hauria de fer el sector públic. En general, està d'acord que hi ha manipulació mediàtica a Espanya, i fins i tot considera que el percentatge a Catalunya podria ser encara més elevat.

9.5.2 ENTREVISTA A XAVIER GARCIA ALBIOL

La següent entrevista es a Xavier García Albiol és un polític espanyol del Partit Popular. Actualment, és l'alcalde de Badalona. He contactat amb ell via Instagram i m'ha respost de manera escrita.

- Quin paper creu que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?

Els mitjans públics han de garantir una informació veraç, plural i de qualitat, han de ser un espai de servei públic i han de contribuir a la cohesió social.

- En períodes de dificultats polítiques què creu que haurien de fer els periodistes? I de quina manera creu que han d'informar a la població?

Crec que, sobretot, han de mantenir el rigor, que és molt important en aquests moments en què hi ha molta quantitat d'informació i molt soroll. La ciutadania necessita informació clara, contrastada i transparent per poder formar la seva opinió.

- Com valora la relació entre les institucions i els mitjans?

Els mitjans de comunicació són una peça important per donar a conèixer les polítiques d'un govern. Les institucions han de ser transparents i accessibles i els mitjans han de mantenir el seu rol de informar i opinar, però de manera separada, sense barrejar informació i opinió. Quan hi ha respecte mutu, la relació és positiva.

- Vostè que actualment és alcalde, com es comunica amb els periodistes?

D'una banda, mitjançant rodes de premsa, notes de premsa, entrevistes i també amb una relació directa i propera. Però la novetat dels darrers anys és que també ho faig molt mitjançant les meves xarxes socials. Tenen molts seguidors i els periodistes les tenen en compte i les controlen de manera constant. Per a mi són una eina àgil i que em permet donar molta immediatesa a les coses que vull transmetre tant als ciutadans com als periodistes.

- Creu que els periodistes també són beneficiats d'alguna manera pel govern?
Les ajudes o subvencions que puguin sortir de les administracions que tenen competències en això, com la Generalitat, s'adrecen a les empreses periodístiques, no és per al benefici del periodista en concret.
- Creu que els ciutadans confien suficientment en els mitjans de comunicació?
La confiança segurament ha disminuït en els darrers anys i això en bona mesura és un efecte de les fake news i del fet que avui dia qualsevol, sense ser periodista ni fer servir criteris periodístics, pot donar un aspecte de mitjà de comunicació a una web.
- S'ha trobat amb el dilema de decidir si una notícia l'havia de comunicar o no el govern?
No sol passar. Però sí que hi pot haver casos en què una comunicació precipitada pot generar alarma social innecessària. O també pot passar per qüestions ètiques. Li posaré un exemple: El febrer del 2024 es va enfonsar part d'un edifici al carrer Canigó de Badalona, i en un determinat moment vam tenir la certesa, pels Bombers, que a dins hi havia tres persones que havien mort. Teníem una gran quantitat de periodistes al lloc dels fets, reclamant informació, però no la podíem donar perquè primer havíem d'informar i atendre els familiars i la vam haver de retenir durant un temps.
- Creu que és cert que els mitjans públics són els portaveus del govern?
És lògic que els mitjans públics donin a conèixer les accions del govern, però sempre hi ha d'haver un control des de la seva direcció que procuri mantenir-los dins uns paràmetres d'objectivitat i qualitat. Han de donar veu al govern, a l'oposició i a la societat.
- Hi ha hagut alguna situació en la que hagi intervingut per corregir una informació publicada?
Sí, quan una informació és clarament errònia o pot generar confusió. Les errades d'interpretació poden passar amb certa freqüència i se solucionen amb una comunicació fluïda de l'equip de comunicació amb els mitjans.

- Si pogués canviar el sistema de mitjans públics què canviaria?

Hi ha molts tipus de mitjans públics, des de mitjans d'abast nacional a autonòmic o municipal, televisions, ràdios, agències de notícies... No crec que hi hagi una resposta única per a tots aquests casos. S'hauria d'analitzar el cas de cada mitjà.

- Reporters Sense Fronteres son una associació que lluita pels drets dels periodistes arreu del món, aquests han fet un rànquing mundial sobre la manipulació del govern cap a la població. Valoren a Espanya entre un 15-25% de manipulació, hi està d'acord?

A Espanya tenim llibertat de premsa, de manera que els mitjans, més enllà de les pressions que puguin tenir, poden expressar-se amb independència i pluralitat.

- Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la gent?

Sí, és evident. Per això és fonamental que hi hagi pluralitat de mitjans i pluralitat dins els mitjans perquè la ciutadania tingui accés a perspectives diverses.

- Quins mitjans creu que hauria de posar el govern per garantir la imparcialitat als mitjans de comunicació privats que reben subvencions?

Establir criteris objectius i transparents per a la concessió d'ajuts, com ara el compromís amb el rigor informatiu, el pluralisme i la qualitat del contingut.

De l'entrevista amb Xavier García Albiol n'extrec les conclusions següents sobre els mitjans públics i el periodisme:

En primer lloc, Albiol considera que els mitjans públics han de garantir informació veraç, plural i de qualitat, actuar com a servei públic i contribuir a la cohesió social. També remarca que han de donar veu tant al govern com a l'oposició i a la societat en general, mantenint objectivitat i rigor.

Durant períodes de dificultats polítiques, creu que els periodistes han de mantenir el rigor i oferir informació clara, contrastada i transparent perquè la ciutadania pugui formar la seva opinió sense confusió. També destaca que les institucions han de ser transparents i accessibles, i que la relació amb els mitjans ha de respectar la separació entre informació i opinió.

Albiol explica que es comunica amb els periodistes mitjançant rodes de premsa, notes i entrevistes, però també utilitza molt les xarxes socials, que li permeten transmetre informació de manera immediata. Sobre la pressió o beneficis per part del govern, comenta que les subvencions s'adrecen a les empreses periodístiques i no als periodistes individuals.

Sobre la confiança dels ciutadans, reconeix que ha disminuït a causa de les fake news i la facilitat de difondre informació sense criteris periodístics. A més, admet que la línia editorial dels mitjans pot influir en la manera de pensar de la població, per això considera fonamental la pluralitat de mitjans i de perspectives dins els mitjans.

Finalment, defensa que Espanya té llibertat de premsa, i que per garantir imparcialitat als mitjans privats que reben subvencions cal establir criteris objectius i transparents basats en rigor informatiu, pluralisme i qualitat del contingut.

9.5.3 ENTREVISTA A POLÍTIC

La següent entrevista es a un polític català vinculat a Junts per Catalunya, que vol mantenir l'anonimat. He contactat amb ell via Instagram i m'ha contestat de manera escrita.

- Quin paper creu que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?
Haurien de garantir el dret a la informació de la ciutadania, oferint continguts plurals, de qualitat i independents. El seu paper ha de ser el de garantir el servei públic: cultura, educació, informació contrastada i rigorosa.
- Creu que és cert que els mitjans públics són els portaveus del govern?
No haurien de ser-ho. Els mitjans públics estan finançats amb diners públics, però això no vol dir que hagin de ser instruments del govern. La seva missió és informar i reflectir la diversitat de la societat, no pas fer propaganda.
- Pensa que la pluralitat de veus està garantida als mitjans públics catalans, especialment pel que fa a polítiques minoritàries?
Sempre hi ha marge de millora. Crec que en general sí que hi ha pluralitat.
- En períodes de dificultats polítiques què creu que haurien de fer els periodistes? I de quina manera creu que han d'informar a la població?
Han de mantenir el rigor, evitar el sensacionalisme i informar de manera clara i contrastada. En contextos de tensió és especialment important no alimentar rumors ni discursos polaritzadors.
- Com valora el tractament mediàtic que reben els moviments socials i de protesta? Creu que hi ha biaixos?
Depèn molt del mitjà. Alguns donen veu i expliquen les reivindicacions, però d'altres es queden només en les imatges de confrontació. Sí que hi pot haver biaixos segons la línia editorial de cada mitjà.

- Com valora la relació actual entre les institucions i els mitjans de comunicació?

És una relació complexa: les institucions necessiten als mitjans per comunicar-se amb la ciutadania, i els mitjans necessiten a les institucions per tenir informació. És un equilibri delicat.

- Vostè que és vicepresident i portaveu de Junts per Catalunya, com es comunica amb els periodistes?

Intentant ser transparent i proper, fent arribar el missatge amb claredat. Però també entenc que hi ha moments de comunicació i moments de silenci. La relació amb els periodistes ha de ser de respecte mutu.

- Creu que els periodistes també són beneficiats d'alguna manera pel govern?
En la meua experiència treballant al gabinet de tres presidents de la Generalitat, no.

- Creu que els ciutadans confien suficientment en els mitjans de comunicació?
La confiança ha baixat els darrers anys, sobretot per la percepció de polarització i de biaixos. Per recuperar la confiança, els mitjans han de treballar amb transparència i rigor.

- Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la gent?

Sí, sens dubte. La manera com es tria i s'explica una notícia té un impacte en la percepció dels fets. Per això és important que la gent consumeixi informació de diferents fonts.

- S'ha trobat amb el dilema de decidir si una notícia l'havia de comunicar o no el govern?

Més que comunicar-la o no fer-ho, sí que hi ha moments en què cal valorar l'impacte d'una informació: si pot generar alarma injustificada, si cal esperar a tenir totes les dades... és responsabilitat.

- Hi ha hagut alguna situació en la que hagi intervingut per corregir una informació publicada?

Sí, com qualsevol responsable polític. Quan una informació és incorrecta, és just demanar una rectificació, però sempre des del respecte a la feina periodística.

- Si pogués canviar el sistema de mitjans públics què canviaria?

Crec que caldria blindar encara més la seva independència.

- Quins mitjans creu que hauria de posar el govern per garantir la imparcialitat als mitjans de comunicació privats que reben subvencions?

Establir criteris clars, transparents i públics per a la concessió d'ajuts. Així s'evita que sembli que es premia uns mitjans per sobre d'uns altres per motius ideològics.

- Reporters Sense Fronteres han fet un rànding sobre manipulació del govern cap a la població i situen Espanya entre un 15-25%. Hi està d'acord?

És un indicador que cal tenir en compte. Sempre hi ha marge per millorar, i el més important és garantir la llibertat de premsa i el dret a una informació lliure i independent.

De la següent entrevista n'extrec les conclusions següents.

En primer lloc, considera que els mitjans públics han de garantir el dret a la informació dels ciutadans, oferint continguts plurals, independents i de qualitat. Han de ser un servei públic que aportï cultura, educació i informació rigorosa, i no haurien de ser instruments del govern ni fer propaganda.

Opina que en general sí que hi ha pluralitat de veus, però sempre hi ha marge de millora, especialment en el tractament de polítiques minoritàries. Durant períodes de dificultats polítiques, els periodistes han de mantenir el rigor, evitar el sensacionalisme i oferir informació clara i contrastada, sense alimentar rumors ni discursos polaritzadors.

Sobre els moviments socials i de protesta, reconeix que el tractament mediàtic depèn de cada mitjà; alguns expliquen bé les reivindicacions, mentre que altres se centren només en la confrontació. La relació entre institucions i mitjans és complexa, ja que tots dos necessiten col·laborar, però cal mantenir un equilibri i respecte mutu.

La confiança dels ciutadans ha baixat els darrers anys per la percepció de polarització i biaixos, i que cal treballar amb transparència i rigor per recuperar-la. També destaca que la línia editorial dels mitjans pot influir en la manera de pensar de la gent, per això és important consumir informació de diverses fonts.

Finalment, proposa blindar encara més la independència dels mitjans públics i establir criteris clars, transparents i públics per a les subvencions als mitjans privats. Considera que la llibertat de premsa i el dret a informació lliure i independent són fonamentals, i que sempre hi ha marge per millorar la credibilitat dels mitjans.

9.5.4 ENTREVISTA A POLÍTICA

La següent entrevista també es anònima, es tracta d'una política vinculada a CiU. He contactat amb ella via Instagram i m'ha contestat de manera escrita.

- Quin paper creu que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?

Crec que han de tenir una missió de servei públic tal com es descriu en la Llei de la CCMA i la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya

- Creu que és cert que els mitjans públics són els portaveus del govern?

No, en cap cas són portaveus del Govern, han d'informar del que fa el govern de la mateixa manera que han d'informar de la pluralitat de veus que hi ha al Parlament

- Pensa que la pluralitat de veus està garantida als mitjans públics catalans, especialment pel que fa a polítiques minoritàries?

Si hi està garantida, però sempre en proporció a la representativitat que tenen els diferents grups polítics que són representats al Parlament

- En períodes de dificultats polítiques que creu que haurien de fer els periodistes? I de quina manera creu que han d'informar a la població?

Ho han de fer sempre amb professionalitat i criteri periodístic, sigui en el període que sigui, la professionalitat ha d'anar sempre per davant. A la CCMA els consells professionals vetllen perquè sigui així.

- Com valora el tractament mediàtic que reben els moviments socials i de protesta? Creu que hi ha biaixos?

Biaixos no ho crec, però cert és que els periodistes que els cobreixen hi poden posar el seu accent. Ara bé els editors en cap i el mateix cap d'informatius són els responsables de que les notícies siguin les que siguin es donin amb el màxim de rigor.

- Com valora la relació actual entre les institucions i els mitjans de comunicació?

Crec que està dins els paràmetres de cordialitat dins la professionalitat que tenen els mitjans públics d'aquest País.

- Quan vostè era consellera de Cultura, com es comunica amb els periodistes?

Dins les conselleries els gabinets de comunicació i els dircoms són els que fan aquesta tasca. Intentant respondre sempre a les preguntes que feien, no va ser un moment fàcil, ens calia gestionar l'afectació de la pandèmia del Covid en l'àmbit de la Cultura, però amb la veritat per davant, no vàrem tenir cap problema.

- Creu que els periodistes també son beneficiats d'alguna manera pel govern?

No crec que hi hagi cap tipus de benefici més enllà de l'interès comú que la ciutadania estigui degudament informada.

- Creu que els ciutadans confien suficientment en els mitjans de comunicació?

Jo puc parlar dels MMCC públics, les audiències i especialment les dels informatius ens demostren que és així. Estan molt ben valorats.

- Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la gent?

Crec que la ciutadania avui s'informa per múltiples canals i sovint contrasta les notícies. Per tant el pensament que pugui tenir la gent no està basat en un sol mitjà d'informació.

- S'ha trobat amb el dilema de decidir si una notícia l'havia de comunicar o no el govern? No en termes de censura, sinó per evitar algun efecte no desitjat. Sí és que sí, quina va ser?

La nostra feina al Consell de Govern de la CCMA no comporta aquest tipus de decisions, ja que corresponen a les direccions dels mitjans ja sigui TV, Ràdio o Digitals

- Hi ha hagut alguna situació en la que hagi intervingut per corregir una informació publicada?

Fins el present moment, no

- Si pogués canviar el sistema de mitjans públics què canviaria?

La legislació catalana actual garanteix un sistema de mitjans públics en què el servei públic està garantit en termes d'independència i pluralitat.

- Quins mitjans creu que hauria de posar el govern per garantir la imparcialitat als mitjans de comunicació privats que reben subvencions?

Des de la meua posició al consell de govern de la CCMA no em toca opinar sobre aquesta qüestió.

- Reporters Sense Fronteres son una associació que lluiten pels drets dels periodistes arreu del món, aquests han fet un rànquing mundial sobre la manipulació del govern cap a la població. Valoren a Espanya entre un 15-25% de manipulació, hi està d'acord?

Reporters sense Fronteres fa una bona feina per garantir el dret a la informació a tot el món. Les seves opinions són respectables però no em toca a mi valorar-les.

De l'entrevista amb la política anònima n'extrec les conclusions següents:

En primer lloc, considera que els mitjans públics han de tenir una missió clara de servei públic, tal com estableixen la Llei de la CCMA i la Llei de la comunicació audiovisual de Catalunya. Han d'oferir informació plural, de qualitat i independent, reflectint la diversitat de veus presents al Parlament i no funcionant com a portaveus del govern.

Pel que fa a la pluralitat, creu que està garantida, però en proporció a la representativitat dels diferents grups polítics. Durant períodes de dificultats polítiques, els periodistes han de mantenir la professionalitat i el rigor informatiu, evitant biaixos o sensacionalisme, amb la supervisió dels editors i caps d'informatius.

Considera que no hi ha biaixos generals en relació als moviments socials i de protesta, tot i que el tractament pot variar segons l'accent que hi posi cada periodista. La relació entre institucions i mitjans és cordial i professional, i la comunicació amb els periodistes es fa a través dels gabinets de comunicació i dirigents de cada conselleria.

Respecte a la confiança dels ciutadans, opina que els mitjans públics catalans estan ben valorats, especialment els informatius. També assenyala que avui dia la ciutadania es nodreix de múltiples canals i contrasta la informació, de manera que la línia editorial d'un sol mitjà no determina completament la manera de pensar de les persones.

Finalment, destaca que la legislació catalana actual garanteix la independència i pluralitat dels mitjans públics, i que no li correspon valorar les subvencions als mitjans privats ni el percentatge de manipulació segons Reporters Sense Fronteres.

9.5.5 ENTREVISTA A ARTUR MAS

La següent entrevista es a Artur Mas, un economista i polític català, es el 129è president de la Generalitat de Catalunya. He contactat amb ell via Instagram i m'ha contestat de manera escrita.

- Quin paper creu que haurien de tenir els mitjans públics en una societat democràtica com la nostra?

Els mitjans públics han de tenir una funció essencial: garantir el dret de la ciutadania a una informació veraç, plural i de qualitat. Han de servir l'interès general, no el del govern de torn. Per això han de ser un espai on la diversitat d'opinions i sensibilitats del país hi tingui cabuda.

- Creu que és cert que els mitjans públics són els portaveus del govern?

Aquesta és una percepció recurrent, però crec que és un error confondre govern amb institucions públiques. Els mitjans públics han de reflectir l'acció del govern —com reflecteixen la dels partits polítics, dels agents socials o dels moviments ciutadans—, però no n'han de ser mai un altaveu.

- Pensa que la pluralitat de veus està garantida als mitjans públics catalans, especialment pel que fa a polítiques minoritàries?

Sempre hi ha marge de millora, però crec que a Catalunya s'ha fet un esforç important per garantir la pluralitat. És cert, però, que les polítiques minoritàries o menys conegudes poden tenir més dificultats per obtenir presència, i aquí caldria ser encara més proactius.

- En períodes de dificultats polítiques, què creu que haurien de fer els periodistes? I de quina manera creu que han d'informar a la població?

Els periodistes han de mantenir el rigor i la professionalitat, evitant convertir-se en part del conflicte. Informar amb serenor, amb context, i donar veu a totes les parts és clau perquè la ciutadania pugui formar-se una opinió crítica.

- Com valora el tractament mediàtic que reben els moviments socials i de protesta? Creu que hi ha biaixos?

Sí, hi ha biaixos, com en tots els àmbits informatius. Els moviments socials, segons la seva naturalesa i capacitat de mobilització, poden ser vistos amb més simpatia o amb més recel. Els mitjans tenen el repte d'evitar prejudicis i oferir una mirada equilibrada.

- Com valora la relació actual entre les institucions i els mitjans de comunicació?

És una relació necessàriament complexa. Els governs volen explicar la seva acció i els mitjans volen fiscalitzar-la. Aquest equilibri, amb tensions inevitables, és sa en una democràcia.

- Quan vostè era president de Catalunya, com es comunicava amb els periodistes?

Ho feia de manera constant i directa: rodes de premsa, entrevistes, declaracions públiques, i també trobades més informals. Considerava —i considero— que la relació personal amb els periodistes és molt important per generar confiança, encara que després les opinions siguin crítiques.

- Creu que els periodistes també són beneficiats d'alguna manera pel govern?

El govern pot facilitar-los la feina —amb accés a informació, rodes de premsa, dades i fonts— però no ha de beneficiar-los en el sentit de privilegiar uns respecte dels altres. La igualtat de tracte és un principi democràtic bàsic.

- Creu que els ciutadans confien suficientment en els mitjans de comunicació?

La confiança ha baixat, no només aquí sinó arreu del món. L'excés d'informació i la proliferació de notícies falses o manipulades han fet créixer la desconfiança. Per això és més necessari que mai tenir mitjans solvents i independents.

- Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la

gent?

Sí, i molt. Els mitjans són creadors d'estat d'opinió. Per això és important que la ciutadania consumeixi informació de fonts diverses i no només d'aquelles que confirmen la seva pròpia manera de pensar.

- S'ha trobat amb el dilema de decidir si una notícia l'havia de comunicar o no el govern?

Sí, i és un dilema recurrent. Per exemple, en situacions de seguretat, on donar una informació massa aviat podia generar alarma o posar en risc una operació. Aquí cal trobar un equilibri entre transparència i responsabilitat.

- Hi ha hagut alguna situació en la que hagi intervingut per corregir una informació publicada?

Jo directament, no. Però sí, en ocasions comptades, el meu equip. Sempre des del respecte a la llibertat de premsa. Quan una informació era o és clarament errònia o inexacta, demanem rectificació. És un dret que també tenen les institucions.

- Si pogués canviar el sistema de mitjans públics, què canviaria?

Potser milloraria els mecanismes de governança perquè fossin eficients, i alhora amb més estabilitat financera. Els mitjans públics no poden estar sotmesos ni a pressions polítiques ni a inestabilitat econòmica, però tampoc han de quedar al marge de crítica i control per la seva gestió.

- Quins mitjans creu que hauria de posar el govern per garantir la imparcialitat als mitjans de comunicació privats que reben subvencions?

La transparència absoluta en la concessió d'ajuts i criteris clars i objectius. Això, acompanyat d'una fiscalització parlamentària i ciutadana, pot ajudar a reduir sospites i garantir imparcialitat.

- Reporters Sense Fronteres han valorat a Espanya entre un 15-25% de manipulació mediàtica. Hi està d'acord?

No conec les xifres al detall, però és evident que a Espanya hi ha un cert grau d'influència política sobre els mitjans. No és exclusiu d'Espanya, però cal reconèixer-ho i treballar per reduir-ho. Una democràcia madura ha d'aspirar a una premsa lliure i crítica, sense ingerències.

De l'entrevista amb Artur Mas n'extrec les conclusions següents sobre els mitjans públics i el periodisme.

Artur considera que els mitjans públics han de garantir el dret de la ciutadania a informació veraç, plural i de qualitat, amb un enfocament en l'interès general i no en el del govern de torn. Han de ser un espai on hi hagi diversitat d'opinions i sensibilitats, i no funcionen com a portaveus del govern, tot i que han de reflectir les accions de les institucions, partits i moviments socials.

Pel que fa a la pluralitat de veus, creu que s'ha fet un esforç a Catalunya, tot i que les polítiques minoritàries poden tenir més dificultats per obtenir presència. Durant períodes de dificultats polítiques, els periodistes han de mantenir rigor i professionalitat, informar amb context i serenor, i donar veu a totes les parts per permetre una opinió crítica de la ciutadania.

L'entrevistat admet que hi ha biaixos segons la percepció dels mitjans respecte als moviments socials i de protesta, i que cal evitar prejudicis per oferir una mirada equilibrada. La relació entre institucions i mitjans és complexa, amb tensions inevitables que són saludables per a la democràcia.

Artur també reconeix que la confiança de la ciutadania en els mitjans ha baixat per l'excés d'informació i la proliferació de notícies falses o manipulades. La línia editorial dels mitjans pot influir molt en l'opinió pública, per això és important consumir informació de fonts diverses.

Finalment, proposa millorar la governança i l'estabilitat financera dels mitjans públics, mantenint la independència política i la fiscalització ciutadana. També defensa la transparència i criteris objectius en les subvencions als mitjans privats, i reconeix que hi ha cert grau d'influència política que cal reduir per garantir una premsa lliure i crítica.

9.5.6 ENTREVISTA A CARLES PUIGDEMONT

La següent entrevista es a Carles Puigdemont, és un periodista i polític català vinculat a Junts per Catalunya, és el 130è President de la Generalitat de Catalunya. He contactat amb ell amb ajuda de la seva filla i hem fet una videoconferència. (JB) Jana Bosacoma, (CP) Carles Puigdemont.

- (CP) Hola, bones.
- (JB) Què tal, m'escoltes bé?
- (CP) Jo et sento bé, i tu?
- (JB) Va, sí, molt bé, molt bé. T'explico tu una mica, perquè sàpigues una mica. Em dic Jana, i estudio aquí al Vedruna Girona. Estic fent el TDR, sobre la relació entre els mitjans de comunicació i el poder, una mica, doncs, com es comuniquen, influències... Totes aquestes coses. I això, he estat entrevistat periodistes, empresaris i tal, doncs, per veure una mica com valoren aquesta relació que hi ha, perquè això serà una mica així la meua part pràctica, i ja està. I això, t'he preparat una sèrie així de preguntes, i això.
- (CP) Endavant.
- (JB) Val, primer, t'ho puc gravar a la veu, per després transcriure i tal?
- (CP) Sí.
- (JB) Perfecte. Doncs, la primera és, quin creu que és el paper que té el periodisme en una societat democràtica com la nostra?
- (CP) Perdó, s'ha tallat ara la...
- (JB) Ai, perdó, que quin paper...
- (CP) S'ha tallat, s'ha tallat la pregunta. Torna-la, torna-la.
- (JB) Torno, sí, perdó. Quin paper creu que és el que té el periodisme en una societat democràtica com la nostra?
- (CP) El periodisme és un dels pilars fonamentals d'un estat democràtic. És el gestor d'un dret fonamental, com és el dret a la informació. I el dret també té a la llibertat d'expressió. Un periodisme amb bona salut contribueix a la bona salut de la democràcia, i viceversa. Un periodisme corrupte contribueix a la corrupció de la democràcia.
- (JB) Es talla una mica, eh?

- (CP) Ara està molt bé, perfecte. Sí, sí, sí, perfecte, perfecte. Genial.
- (JB) En períodes de dificultats polítiques, quin paper creu que ha de fer els periodistes i de quina manera creu que ha d'informar la societat? Ai, la població, perdó.
- (CP) El periodisme sempre ha d'informar i, des del meu punt de vista, ha de formar les dues coses. Són, per mi, inherents en el periodisme. La formació i la informació. I, especialment, en temps de moltes dificultats, en què les societats poden córrer el risc de confrontacions civils basades en la informació. Com hem vist en els casos del feixisme o de les dictadures comunistes, règims brutalitaris, basen el seu poder, precisament, en la falta d'informació i de veracitat de la informació. El periodisme independent i lliure és una de les millors macunes que hi ha contra la temptació totalitària que pot tenir una societat o determinada part de la societat. Per tant, és en períodes de grans dificultats que el periodisme pot prestar un servei i, de fet, ho ha fet en circumstàncies especials, fonamental pel progrés i la consolidació de la democràcia.
- (JB) Pel que tinc entès, vostè va ser periodista i actualment és polític. Llavors, Com valoren aquesta relació entre els mitjans i el govern i els polítics?
- (CP) Sempre dic, d'una manera molt irònica, que el periodisme està ple de polítics frustrats i la política està plena de periodistes frustrats. És a dir, hi ha una part de la feina del polític que, evidentment, té a veure amb la comunitat. I la comunicació que a tu t'agradaria. Però és la comunicació que exerceix lliurement un periodista perquè ho ha de fer amb independència. I al revés, hi ha periodistes que pensen que les coses s'haurien de fer d'una determinada i forcen la política a anar a un cantó que potser la política no ha decidit d'anar-hi o potser la gent no ha votat per anar-hi. Aquesta pulsio polititzada del periodisme o aquesta pulsio comunicativa de la política és inevitable. Per tant, són dos mons que estan condemnats a relacionar-se, no sé si ho entens, però condemnats a relacionar-se i a veure l'un de l'altre. Han de veure l'un de l'altre.
- (JB) Si, entenc. Quan vostè era president de Catalunya, com et comunicaves amb els polítics? Amb els polítics? Ai, perdó, amb els periodistes, perdó.

- (CP) Amb els periodistes. Jo soc un mal exemple perquè el fet d'haver estat molts anys treballant de periodista... Jo conec el llenguatge del periodisme, conec la mecànica, els conec en ells també, hem treballat amb ells i, per tant, per mi era relativament senzill. Era senzill i complicat. Era complicat perquè jo no tenia el seu punt de vista. I això sovint no era entès pel meu equip, bàsicament format per polítics. No en tenien aquest pensament en estèrit que té un polític periodista. Però a mi em va ajudar moltíssim perquè comunicàvem molt assertivament, a l'hora de fer frases, a l'hora de fer un discurs, a l'hora d'enviar un missatge, sabia quin era el llenguatge i sabia el moment. I els periodistes em decodificaven molt bé. Per tant, va ser una relació sempre, per mi, molt fluïda i molt profitosa per les dues bandes. No hi vaig sentir, en aquell moment, cap inconvenient per haver estat a un peu a cada banda, sinó justament un gran avantatge.
- (JB) Clar, totalment. Creu que els periodistes, d'alguna manera, també són beneficiats per part del govern?
- (CP) Indirectament sí, perquè el sistema que està instal·lat especialment a l'estat espanyol, no és exclusiu de l'estat espanyol, però molt fort a l'estat espanyol i a Catalunya també, fa que moltes empreses de comunicació tinguin una part del seu ingrés, el seu negoci, amb la facturació amb els poders públics. Ajuntaments, diputacions, autonomies, estat, empreses públiques o públiques participades. Això fa que el volum de la facturació dels mitjans en publicitat, en públics reportatges o en subvencions en el sector depenent de l'estat, sigui molt alt. Per tant, encara que directament ningú pot dir que hi ha una relació causa-efecte entre la concessió d'una subvenció i la línia editorial, és evident que, quan el pes de la subvenció és tan important en determinats mitjans, la temptació del polític era d'exercir una pressió il·lícita sobre l'editor perquè, entre cometes, es porti bé i perquè matissi les seves crítiques i perquè, de tant en tant, parli bé del govern... Tot això passa i no ho podem negar que això passa. I això, per mi, és un dels defectes que té el sistema i s'hauria de corregir. Com es pot corregir és complicat perquè estem parlant d'una professió, periodisme, molt precari en aquests moments, amb moltes dificultats de fer un benefici i el benefici cada vegada està més

prostituit en el sentit que és més un forno en funció del qui en paga. I això perverteix la funció del propi periodisme. Per tant, això passa, sí.

- (JB) Creu que la població confia suficientment en els periodistes o que hauríem de fer més?
- (CP) Jo parteixo sempre del principi de desconfiança. Una de les frases que jo dic és potser l'amor a primera vista existeix però la veritat al primer clic no. I tu, per poder saber el que seria la veritat o aproximar-te a la veritat, no en tens prou amb fer un clic en un titular d'un diari o amb un input de Twitter o amb un vídeo de TikTok de 30 segons. Això és impossible. I si tu vols parlar d'un debat que ara tenim en el partit, l'allargament de les centrals nuclears, l'allargament de la vida de les centrals nuclears, és un debat complicat perquè té a veure amb molts factors. Tu això no ho pots resoldre en 30 segons i amb un titular. Si penses que amb allò hauràs arribat a la veritat, malament. Per tant, principi de desconfiança. El periodista no és perfecte, però el ciutadà té interessos, el seu mitjà de comunicació pot tenir interessos. Per tant, el ciutadà no pot ser un ésser passiu, inert, davant de la informació. Té una obligació, des del meu punt de vista. I d'aquí ve que la societat democràtica eduqui ciutadans crítics. Una de les funcions de l'escola és educar els ciutadans perquè puguin ser crítics, perquè puguin pensar per si mateixos, perquè puguin posar en dubte el que els estic dient jo com a polític, el que els està dient un periodista a la tele o el que està veient a TikTok. Que tinguin les eines per poder navegar enmig d'aquest núvol d'infunció i poder-se'n sortir i més o menys aspirar a aproximar-se a la veritat. Per tant, jo crec que el periodista, que la gent ha de fer bé de desconfiar, no de malfiar, que és una cosa diferent. Malfiar és pensar malament. Desconfiar és tenir el principi de dubte. I el principi de dubte és la base de la raó.
- (JB) Clar, d'acord. S'ha trobat en algun cas amb el dilema de decidir si una notícia l'havia de comunicar o no al govern, no en temes de censura, sinó per evitar algun efecte negatiu, alguna conseqüència que volguéssiu evitar. I si és que sí, qui no?
- (CP) S'ha tallat, però entenc que la pregunta és si m'he trobat amb informacions que ha estat millor no publicar-les o no emetre-les que no pas això, d'acord.

- (JB) Exacte
- (CP) Efectivament, n'hi ha. I, a més a més, defenso que n'hi ha d'haver. El concepte de transparència no té res a veure amb exhibicionisme. Una transparència no és simplement exhibir-te davant de l'aparador perquè hi ha material informatiu delicat que pot provocar reaccions contràries a les que tu necessites com a país, i has d'anar molt en contra. Per exemple, temes que tenen a veure amb la població immigrant. Hi ha una tendència últimament a manipular molt les dades oficials que es donen per treure-les de context i provocar una reacció política determinada. Aquest és un tema que n'hem de parlar. És un tema delicat. Un tema que els estats en diuen de seguretat nacional. Posaré un exemple extrem. Si ara Zelensky expliqués les seves estratègies per intentar frenar l'ofensiva russa, s'equivocaria. Hi ha coses que no pot explicar. Això ens va passar a nosaltres en el procés d'independència. Jo no podia explicar on eren les urnes. Si jo hagués sigut transparent, hauria dit que les urnes eren allà perquè en exercici del dret a la informació que té la gent explicaré tot de peu a peu. Malament, perquè la Guàrdia Civil hi hauria anat en qüestió de minuts. El que passa és que, com que això no és una ciència exacta, la línia entre la censura i la responsabilitat és molt fina. A vegades, un polític pot estar temptat, o un periodista també, per no perjudicar un anunciant, per exemple. Per no perjudicar un anunciant molt important del diari o del mitjà de comunicació. Es fan ressò de les denúncies del consumidor o del ciutadà contra aquella empresa de comunicació o de supermercats. Probablement s'ho pensarà dues vegades. Al polític li pot passar el mateix. Jo crec que la responsabilitat hi ha de ser, i el polític ha de ser prou responsable. Un dels exemples que m'hi he trobat sovint, quan tu t'assabentes de la mort d'un assassinat o d'algú que ha mort d'accident de trànsit, i t'assabentes primer perquè la policia t'informa abans que la família. Tu no tens el dret de dir-ho allò. Fins que la família no estigui informada, tu no tens el dret. Aquesta gestió és delicada. Com que no és una ciència exacta, hi pot haver gent que no ho entengui.
- (JB) Creu que és cert que els mitjans públics són els comunicadors o els portaveus del govern?

- (CP) Oficiosament, sí. Formalment, no. Però a la pràctica, sí. A la pràctica, ho són. No ho haurien de ser, però ho acaben sent perquè, encara ara, els consells d'administració d'aquests mitjans estan nomenats pel poder polític. Potser no pot ser d'una altra manera, però que això condicioni la funció dels professionals sí que es pot evitar. És a dir, el consell d'administració no pot ser d'una altra manera que sigui representatiu del Parlament, en aquest cas, però no ha de tenir tants poders com per poder decidir les contractacions de continguts de reportatges o informatius. Això no ho pot ser. I, per tant, al poder li va molt bé tenir mitjans de comunicació públics que siguin, diguem-ne, comprensius amb el poder. Això no estalvia crítiques, però, bé, bàsicament, el que fan és difondre l'acció del govern.
- (JB) D'acord. Hi ha alguna situació, en algun moment, que hagi intervingut per canviar o per corregir una informació que s'ha publicat i no és certa?
- (CP) Sí, bastantes vegades he hagut d'enviar burafacs a l'instant de rectificació i fins i tot m'he querellat i he guanyat demandes per les informacions falses. La frontera també és molt fina aquí. La interpretació és lliure, però els fets són sagrats. Tu no pots evitar que algú interpreti una determinada cosa a partir d'un fet objectiu. Això és lliure, encara que et faci mal. Però quan els fets no són reals tu tens l'obligació de defensar i d'anar contra aquell mitjà i de demanar una rectificació. I ho han fet. I quan no ho han volgut fer la querella ha tirat endavant i hi ha hagut dos casos que ja els he guanyat. Hi ha un tercer que està en un tribunal belga que espero poder guanyar també. Van induir clarament un error conscient per intentar imputar-me coses que no eren certes. No van voler rectificar bé doncs els vaig demanar i vaig guanyar la demanda.
- (JB) He vist que sobretot això molts casos va ser sobretot durant les votacions de Catalunya que hi havia moltes fake news i tal.
- (CP) I tots aquests anys aquests gairebé 8 anys que porto a l'exili cada setmana m'he despertat amb una bestiesa sobre mi la meva persona, la meva família i no arribo a demanar- ho tot perquè hi ha molta cosa però sí que allò més flagrant, allò que fa més mal o que té més difusió, allò sí que ho ataco perquè crec que tinc el dret a defensar la meva reputació i que cap periodista que es digui periodista no té el dret a fer una batalla personal contra algú

perquè no li agradin les seves idees. He hagut de trobar de tot de fet l'última demanda que vaig guanyar va ser perquè es van inventar pràcticament tot però que jo havia rebut diners dels fons de la Covid per finançar la cadena de la república fins aquí podia anar i evidentment van haver de rentificar fins i tot un jutge espanyol em va donar la raó, cosa que crec que és la primera vegada que un jutge espanyol em donava la raó d'allò flagrant que era la mentida però com que en el meu cas els hi surt gratis perquè els jutges són comprensius els jutges pensen el mateix i aquests mitjans els jutges espanyols pensen el mateix i llavors esclar jo no puc aspirar a trobar una justícia independent però el mateix jo ho faig però m'he trobat unes bestieses des de... algunes les tinc recollides perquè en fi em volia fer una biografia que fèiem uns rituals satànics aquí al jardí de casa fèiem una oixeria unes barbaritats tu vas a riure però després veus que això queda a internet i algú t'ho recorda i dius home per favor bueno bueno llavors també una mica hi ha periodistes que sí que van una mica a fotre'l.

- (JB) Sí continuo, si pogués canviar el sistema de mitjans públics què canviaries?
- (CP) Sí que el canviaria profundament el faria molt més professional primer el dotaria millor de pressupost per continguts informatius segona baixaria el pes dels programes d'entreteniment perquè això competeix amb els privats i és bàsicament negoci i crec que accentuaria la funció formativa del mitjà públic potser perdríem audiència però guanyaríem influència sobre la societat i per tant intentar fer servir els mitjans com una eina insisteixo, de formació de ciutadans crítics pes de la informació dels reportatges, dels continguts molt més potent una visió molt més matisada dels fenòmens i dels fets no tant partidista el conflicte d'Israel, el conflicte d'Ucraïna el canvi climàtic tot un seguit de coses que siguin resultat d'una mirada molt més complexa sofisticada i menys periodística jo invertiria aquí i sobretot en el departament de producció perquè es nota una pobresa en els departaments de producció dels mitjans públics es fa veïdora la producció vol dir que quan tu tens un tema complicat has d'anar a buscar les millors persones a entrevistar les primeres persones les primeres espases del teu país estiguin treballant a Catalunya, estiguin treballant a Califòrnia que puguin parlar d'aquell fenomen

que és la feina de producció no n'hi ha prou d'agafar la llista i dir quin professor universitari de la Pompeu Fabra pot parlar del canvi climàtic no és que potser tenim un investigador a Califòrnia català que està fent molt més avanços i potser és aquell que hem d'anar a buscar però això vol dir espavilar-se vol dir moure el cul de la cadira i sortir de la comoditat i això ho veig molt perquè porto gairebé 8 anys consumint televisió francesa, belga, internacional i la diferència és abismal abismal és que els televisors privats inverteixen molt en el concepte de producció per anar a buscar aquella persona que quan hi ha la caiguda de l'Assad a Síria va anar a buscar un professor, un doctor a la Universitat de la Sorbona que és un exiliat siríà que et pot parlar en primera persona i en francès d'aquell fenomen jo com a ciutadà em vaig sentir més format però si tu portes tertúlies amb els tertulians de sempre que saps el que diran, sigui del canvi climàtic de l'energia nuclear, de la immigració o de la inseguretat, et diran el que el seu cap polític els hi fa dir, això per un mitjà públic no té per mi cap, cap, cap interès ni cap valor. Per tant, jo canviaria profundament això.

- (JB) Val, Reporters Sense Frontera, ja que hi estem, Reporters Sense Frontera és una associació, segurament la coneixes, que cobreix els periodistes i tal. Han fet un rànquing mundial, i així una mica... No és gaire bona aquesta pregunta, perquè realment tampoc ho pots valorar, però valoren a Espanya entre un 15 i un 25% de manipulació periodística. Hi estaves d'acord? Posaries més, menys, no sé, una mica així?
- (CP) De fet, hi ha una estadística, que crec que és d'Euroestat, que és més precis en aquest sentit, que pregunta...
- (JB) Euroestat has dit, perdona?
- (CP) Euroestat, Euroestat és el departament d'Estatística de l'Unió Europea. Hi ha, si no recordo malament, una enquesta... Crec que és Euroestat, en què pregunten als ciutadans europeus el grau de... si confien o no en els mitjans de comunicació. I Espanya és un dels que, diguem-ne, menys confien els ciutadans en la veracitat del que contenen els mitjans de comunicació. Per tant, segurament aquesta xifra de repartiment es queda curta. Segurament es queda curta. En el meu exemple, en el meu cas particular, es queda curtíssima. Perquè no hi ha informació que m'afecti a mi, que no estigui

manipulada amb consciència. Llavors, si això que jo ho conec, que jo ho sé, perquè jo ho sé, si m'afecta a mi... És a dir, què deu passar amb les coses que no conec? Que deu passar el mateix, no? Per tant, sí, sí, me la crec perfectament aquesta xifra.

- (JB) Creu que la línia editorial d'un mitjà pot influir en la manera de pensar de la gent? Sí, en la manera de pensar de la gent?
- (CP) Sí. Absolutament. I, de fet, hi ha un intel·lectual espanyol, que crec que és Muercas de Ialiscano, que va dir que la dominació consisteix a colonitzar l'imaginari de l'altre. Colonitzar l'imaginari de l'altre és la manera de pensar, són els mitjans de comunicació que creen el marc de referència d'una societat. Per què pensem que Putin és dolent i per què pensem que Netanyahu no està matant i per què pensem que les centrals populars són dolentes? No dic que no sigui així, eh? Per què pensem això? Perquè hi ha un marc de referència ambiental que ens porta a això, perquè no hi ha cap altra manera de... Hem de fer un esforç intel·lectual molt gran per discutir aquesta veritat imposada. Això qui ho creu? Els mitjans de comunicació. Gairebé exclusivament. El que passa és que ara jo hi afegiria els nous mitjans de comunicació que són les xarxes socials. Els mitjans de comunicació no reglats, els que no depenen, diguéssim, del periodisme convencional ni d'una regulació com el cas de la teleràdia, que estan regulats les seves freqüències per l'autoritat, i que en aquests moments són més creadors de marc de referència probablement que el periodisme convencional.
- (JB) I ja l'última. Quins mitjans creu que ha de posar el govern per garantir la imparcialitat dels mitjans de comunicació privats que reben subvencions?
- (CP) Se m'ho pregunta molt, molt, molt important aquesta i que no és de fàcil resposta, perquè per un costat el poder públic crec que no té el dret a intervenir en els continguts d'un mitjà privat, crec que no té el dret a intervenir, però tanmateix crec que sí que pot posar unes condicions a l'hora d'accedir al diner públic. I tornem a estar allà. La frontera és molt delicada per no caure en la censura o en la manipulació ideològica. Un govern d'esquerres hauria d'impedir o bicotejar o crear diferència entre mitjans de comunicació més d'esquerres i més de dretes? Jo crec que no, encara que et rebenti, jo crec que no, perquè això no és just, i al revés tampoc. Un govern de dretes no té

per què estar perjudicant o creant discriminació amb els mitjans d'esquerra. Ara, l'UE s'hi està posant, a mi no m'agrada com s'hi està posant, quan un eurodiputat va començar el debat i a mi no em va agradar perquè entrava directament en el risc de censura, i davant del dubte jo soc partidari de deixar fer. I davant del dubte, en lloc de censurar, tirar endavant, ja corregirem després la derivada o l'efecte negatiu. Davant d'un dubte, la restricció de la llibertat d'informació jo soc més partidari de deixar fer que no pas de censurar prèvia. Per tant, que les subvencions públiques poden jugar un paper a l'hora que els mitjans privats facin una funció més educadora de la ciutadania crítica, estic d'acord, però alerta no incorre en el viatge ideològic o en la censura prèvia. I no sé com s'hauria de fer. Potser una manera és professionalitzar molt més l'atorgació de subvencions. Que el comitè que s'encarrega d'atorgar subvencions, a part que el polític té la responsabilitat, hi hagi un informe d'un board de professionals independents que informi positivament o negativament algú que no tingui un viatge propi del govern, si com existeix el Consell Nacional de Cultura, el Conca, que en algunes subvencions pot informar, potser podria fer-se el mateix en el cas de les subvencions dels mitjans. No tot tinc la solució, també ho reconec.

- (JB) Genial, ja està.
- (CP) Molt bé.
- (JB) Moltíssimes gràcies... T'ho agraeixo moltíssim.
- (CP) A tu, que vagi bé.

De l'entrevista amb Carles Puigdemont n'extrec les següents conclusions:

Segons Puigdemont, el periodisme és un dels pilars fonamentals d'una societat democràtica, ja que garanteix el dret a la informació i la llibertat d'expressió. Destaca que un periodisme independent i rigorós contribueix al bon funcionament de la democràcia, mentre que un periodisme corrupte pot afeblir-la. En períodes de dificultats polítiques, considera que els periodistes no només han d'informar, sinó també formar la ciutadania, evitant la desinformació i els rumors que poden generar conflictes socials.

Pel que fa als mitjans públics, reconeix que formalment no haurien de ser portaveus del govern, però admet que a la pràctica acaben difonent la seva acció, especialment perquè els consells d'administració estan nomenats pel poder polític. Així i tot, defensa la importància de preservar la professionalitat dels periodistes i la separació entre informació i propaganda.

Sobre la relació entre polítics i mitjans, Puigdemont indica que és inevitable que aquests mons es relacionin, però que la independència del periodisme és clau per evitar influències. També reconeix que la dependència econòmica d'alguns mitjans respecte a subvencions i publicitat del govern pot generar temptacions de manipular la línia editorial, tot i que això no sempre és directe ni premeditat.

Pel que fa a la confiança de la ciutadania en els mitjans, considera que és baixa i que és responsabilitat dels ciutadans educar-se per contrastar la informació i desenvolupar pensament crític. La línia editorial, segons ell, té un gran poder per modelar la manera de pensar de la població, ja que els mitjans estableixen el marc de referència sobre com es perceben els esdeveniments socials, polítics o internacionals.

Finalment, Puigdemont proposa millorar profundament els mitjans públics augmentant recursos per a continguts informatius, reduint l'èmfasi en l'entreteniment i potenciant la funció formativa i crítica del periodisme. Sobre els mitjans privats que reben subvencions, defensa que el govern pot establir condicions clares i transparents per garantir l'educació crítica de la ciutadania, però sense intervenir directament en els continguts ni fomentar la censura prèvia.

9.5.7 ENTREVISTA A SALVADOR ILLA

La següent entrevista es a Salvador Illa, l'actual president de la Generalitat de Catalunya, és un polític català vinculat al PSC. He contactat amb ell via Instagram, i amb l'ajuda de la seva oficina m'ha respost una breu entrevista de manera escrita.

- Quin paper creu que tenen els mitjans de comunicació en la formació de l'opinió pública a Catalunya i a Espanya?

Els mitjans de comunicació tenen un paper essencial en la nostra societat. Són un dels pilars de les nostres democràcies. A Catalunya tenim uns mitjans de comunicació públics excel·lents que exerceixen la seva responsabilitat de manera exemplar. A més a més, també comptem amb una llarga tradició de mitjans locals i comarcals que actuen com a veritables altaveus dels municipis i de les necessitats reals de la seva gent.

- Creu que els mitjans són independents o que sovint estan condicionats pels interessos polítics i econòmics?

Crec fermament en la noblesa del periodisme i en la vocació de servei públic dels seus professionals. Al nostre país, la gran majoria dels mitjans de comunicació fan una feina excel·lent, des de la independència i el rigor. Ara bé, és cert que en els darrers temps hem vist créixer el fenomen de la desinformació, una de les grans amenaces de la nostra època, que posa en risc la convivència i el sistema democràtic. Davant d'això, la resposta ha de ser clara: defensar el periodisme independent, de qualitat i amb vocació de servei. En temps de soroll, hem de garantir que els mitjans puguin dur a terme la seva activitat amb total llibertat.

- Com viu personalment la relació amb els periodistes: la veu més com a col·laboració o com a confrontació?

Procuro ser transparent i respectuós amb els professionals del periodisme. Tinc una gran consideració per la seva tasca: complexa i imprescindible per al bon funcionament de les nostres democràcies. Els mitjans han d'informar i,

ahora, fiscalitzar el poder polític. En aquest equilibri rau l'essència de la llibertat de premsa. La funció del "bon periodisme" és, precisament, aquell que defensa la veritat, fiscalitza amb rigor i promou l'objectivitat.

- Durant la pandèmia de la Covid-19, vostè va aparèixer molt sovint als mitjans. Creu que la manera com es van comunicar les decisions polítiques va condicionar la percepció que la gent tenia de vostè?

Durant la meua etapa com a ministre de Sanitat vaig viure una època especialment difícil, en què milions de persones esperaven informació sobre els esdeveniments. En aquells moments, la meua única prioritat era actuar amb la màxima honestedat i rigor científic possible. La comunicació, en tota crisi, especialment en les sanitàries, no pots exercir-la pensant en quina serà la percepció que la ciutadania tindrà d'un mateix. En aquell moment, la ciutadania necessitava informació fiable i immediata enmig de grans incerteses. La percepció personal ha de ser secundària, el que ha de comptar és la responsabilitat i la transparència en la gestió.

- En la seva experiència, els polítics utilitzen els mitjans per transmetre idees o més aviat per guanyar simpaties i influència?

Tot polític ha de tenir el deure d'utilitzar els mitjans per transmetre idees, opinions i explicar projectes de país. Aquesta és la funció noble de la política. Tanmateix, hi ha qui fa dels mitjans una eina de confrontació o de recerca de notorietat, i crec, sincerament, que s'equivoquen. La política no ha de buscar simpaties a curt termini, sinó construir solucions i respostes. Jo defenso una comunicació centrada en el contingut i en la utilitat pública, no en les paraules altisonants.

- Creu que la ciutadania és conscient de la possible manipulació mediàtica o encara es refia massa de la primera informació que rep?

Cada vegada hi ha més consciència sobre la necessitat de contrastar la informació i crec fermament que entre vosaltres, els joves, també. Però encara hi ha qui es confia massa en la primera notícia que rep, sobretot a través de les xarxes socials, on la velocitat sovint prima sobre la verificació.

Per això és fonamental fomentar l'educació i el pensament crític, perquè la ciutadania pugui distingir-les.

- Quines estratègies creu que fan servir els polítics per controlar o condicionar els mitjans?

Una democràcia sana i sòlida ha de tenir uns mitjans de comunicació que no serveixin a més interès que al d'informar i a proporcionar les condicions necessàries per a que la ciutadania pugui formar-se una opinió pròpia. Que es garanteixi la seva pluralitat, independència, professionalitat i llibertat per poder exercir la seva tasca fiscalitzadora i de quart poder.

- I a l'inrevés: quines eines tenen els mitjans per pressionar els polítics?

Dins de les seves funcions, els mitjans de comunicació tenen la capacitat de posar de relleu qüestions importants per la vida pública, fent que els partits polítics hagin de posicionar-se i afavorint que el conjunt de la societat civil pugui formar-s'hi una opinió pròpia. No és exactament una eina, sinó una funció essencial pel bon funcionament democràtic i que contribueix a l'exercici d'una bona política.

- Com es pot garantir una informació rigorosa i imparcial en una societat tan polaritzada?

És un repte molt important. Primer, els professionals de la informació han de contrastar fonts i mantenir l'ètica periodística; segon, les institucions hem de ser transparents i facilitar l'accés a la informació pública; i tercer, la ciutadania ha d'aprendre a llegir la informació amb esperit crític. Només així podem tenir un debat públic basat en fets i no només en opinions o prejudicis.

- Quin consell donaria a un jove que estudia aquesta relació entre poder i comunicació per entendre millor com funciona la política real?

Li diria que miri la política amb esperit crític, però també amb voluntat constructiva. La política és diàleg, decisions i responsabilitat, i la comunicació hi juga un paper clau. Hem d'aprendre a observar com es prenen acords, com es gestionen els desacords i com s'explica el que es fa. I sobretot, que no

perdi mai la confiança en el servei públic: la política té sentit quan posa el poder al servei de les persones.



Generalitat de Catalunya
Departament de la Presidència
Oficina del President
Gabinet del President

Sra. Jana Bosacoma i Gabandé
janabosacomagabande@vedrunagirona.org

Benvolguda Jana,

En nom del M. Hble. Sr. Salvador Illa i Roca, president de la Generalitat de Catalunya, t'agraeixo l'interès que demostres en el teu Treball de Recerca sobre la relació entre el poder i els mitjans de comunicació, així com la deferència de voler comptar amb la seva col·laboració.

Et fem arribar, adjunt, el document amb les respostes al qüestionari que ens vas enviar.

Et desitgem molts encerts en la realització del teu treball i en el teu futur acadèmic.

Cordialment,

Eduard Rivas Mateo
Cap del Gabinet del President

Barcelona, 9 d'octubre de 2025

De l'entrevista al President de la Generalitat, n'extrec les següents conclusions.

Segons Salvador Illa, els mitjans de comunicació tenen un paper essencial en una societat democràtica, ja que garanteixen la formació de l'opinió pública i actuen com a quart poder, fiscalitzant els polítics. Destaca la importància dels mitjans públics de Catalunya, així com dels mitjans locals i comarcals, que són un altaveu de les necessitats de la ciutadania.

Illà considera que la majoria dels periodistes treballen amb independència i rigor, tot i reconèixer l'existència de la desinformació i la necessitat de defensar un periodisme lliure i de qualitat. Durant la pandèmia de la Covid-19, subratlla que la prioritat dels polítics hauria de ser sempre la transparència i la informació fiable, més que la percepció que pugui tenir la ciutadania sobre la seva imatge personal.

Pel que fa a l'ús dels mitjans pels polítics, creu que aquests haurien d'utilitzar-los per transmetre idees i projectes de país, i no per guanyar notorietat o simpaties a curt termini. També recorda que la ciutadania ha de ser crítica i contrastar la informació, especialment en les xarxes socials, on la rapidesa pot superar la verificació.

En relació amb el control dels mitjans, afirma que una democràcia sana requereix garantir la pluralitat, la independència i la professionalitat dels mitjans, de manera que compleixin la seva funció de fiscalitzar i informar la societat. A l'inrevés, els mitjans tenen el poder de destacar qüestions rellevants i forçar els polítics a donar explicacions, contribuint així al bon funcionament de la democràcia.

Finalment, Illa recomana als joves estudiar la política amb esperit crític i constructiu, analitzant com es prenen decisions i com es gestionen els conflictes, i recorda que la política ha de posar-se sempre al servei de les persones.

9.6 ENQUESTA A POBLACIÓ

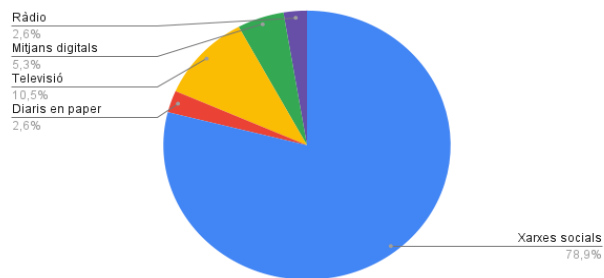
En aquest apartat presentaré els resultats de l'enquesta realitzada a la població, s'ha fet mitjançant un formulari amb diverses preguntes (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfJSZXdS75N3RXnlcNotC2-9_F-AegGSNxGzXuT4zfynZonRA/viewform?usp=header). L'objectiu de l'enquesta és conèixer l'opinió de la gent, segons la seva pròpia experiència i punt de vista. Per tenir informació més concreta de cada pregunta, les he analitzat segons l'edat i fins el nivell d'estudis finalitzats. De manera general les respostes només presentaran el gràfic global, però en algunes hi apareixen dades més concretes.

- Quins mitjans utilitzes més sovint per informar-te?

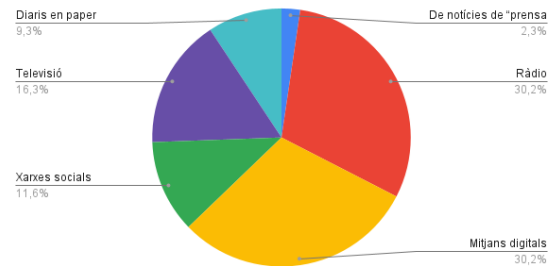
Resposta general.



Estudis secundaris.

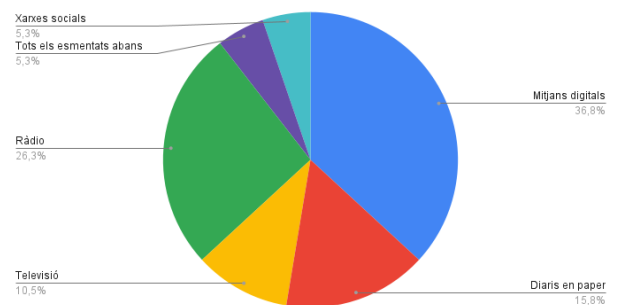
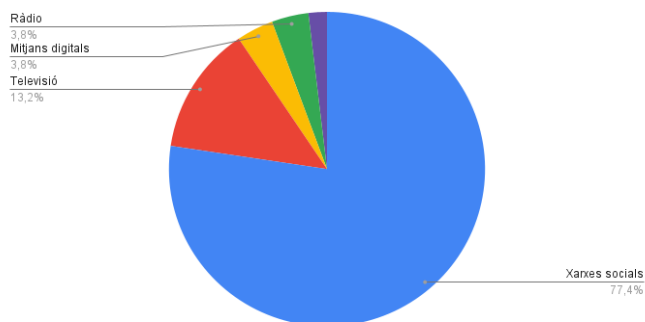


Estudis universitaris.



Més de 60 anys.

Menys de 18 anys.



El mitjà més utilitzat per informar-se són les xarxes socials (42%), un resultat que no m'esperava però que resulta comprensible, ja que el seu creixement en els darrers anys ha estat enorme. Això també em fa pensar que a les xarxes socials hi circula molta informació falsa i que, si les persones que s'informen a través d'aquestes plataformes no contrasten el que veuen, sovint poden acabar creient rumors o notícies falses.

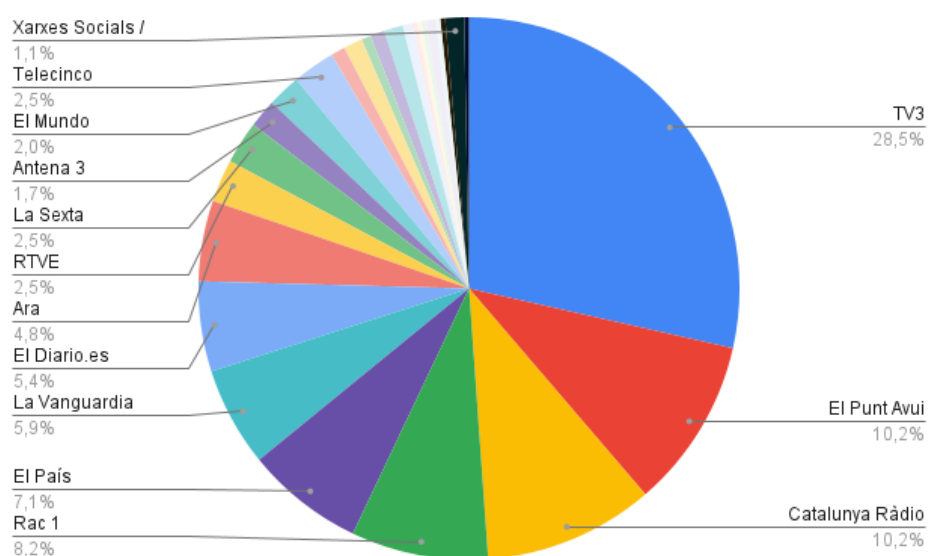
Entre els menors de 18 anys no m'ha sorprès veure que una gran majoria s'informa a través de les xarxes socials (77%). Tot i això, em preocupa la facilitat amb què poden creure desinformacions o reforçar discursos d'odi, especialment tenint en compte que un 47% de la població afirma que només contrasta la informació amb altres fonts de vegades.

També m'ha semblat interessant analitzar el cas de les persones majors de 60 anys, ja que la diferència amb els menors de 18 és molt gran. En aquest grup, la majoria s'informa a través de mitjans digitals, mentre que les xarxes socials hi tenen un paper molt més reduït.

Finalment, també és interessant observar les diferències segons el nivell d'estudis. Les persones que han cursat estudis universitaris s'informen majoritàriament a través de la ràdio i de mitjans digitals, tot i que també utilitzen les xarxes socials. En canvi, entre aquelles que només han cursat fins a l'educació secundària, una gran majoria s'informa principalment a través de les xarxes. Aquest fet em fa replantejar fins a quin punt les xarxes socials s'han convertit en la principal font d'informació per a les persones amb menys formació acadèmica.

- Dels següents mitjans, en quins et sols informar més habitualment?

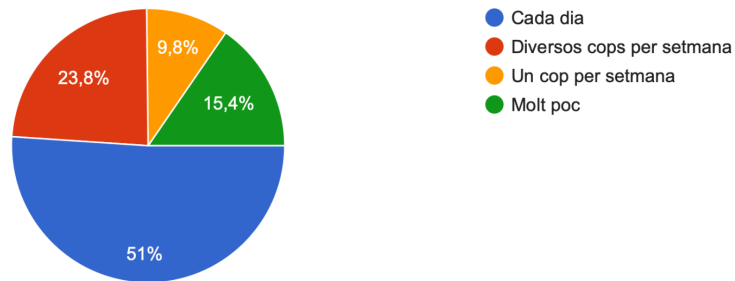
Resposta general.



La gran majoria de la gent, en qualsevol franja d'edat, s'informa principalment per TV3. També hi ha força gent que s'informa amb El Punt Avui, Catalunya Ràdio i Rac1.

- Amb quina freqüència consumeixes informació periodística?

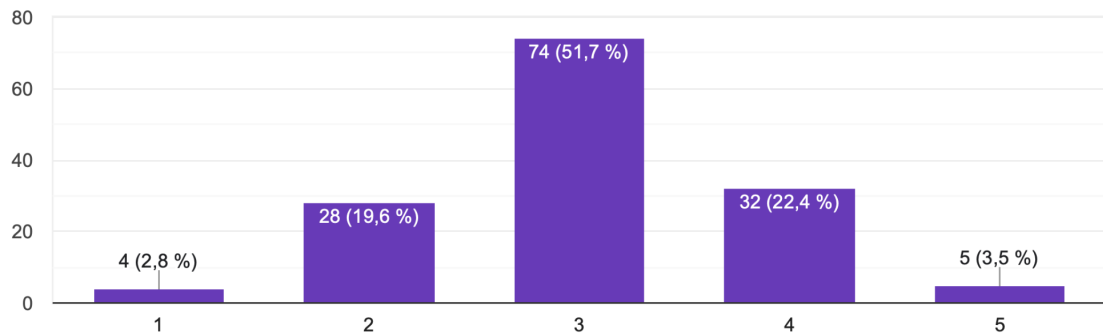
Resposta general.



En aquest gràfic s'hi mostra una majoria que consumeix periodisme diàriament (51%). Però crec que cal destacar l'elevat percentatge de gent que en consumeix molt poc (15,4%), això demostra com gairebé un quart de la població viu de manera desinformada.

- Quin grau de confiança tens en els mitjans de comunicació? (Essent 1 zero confiança i 5 total confiança)

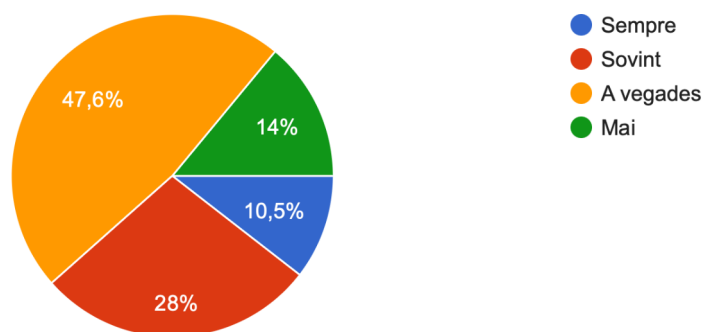
Resposta general.



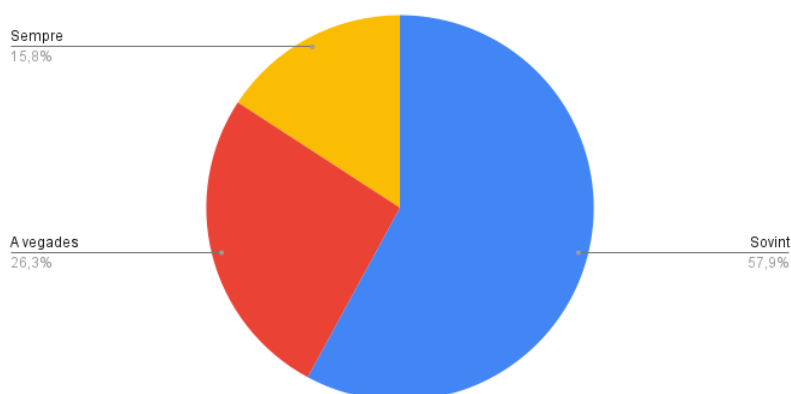
La següent gràfica em demostra que la població no té una confiança total amb els mitjans, tot i que tampoc és una desconfiança total. Això em demostra que tot i que la ciutadania en reconeix la importància, n'és conscient de possibles biaixos.

- Acostumes a contrastar la informació important en altres mitjans per on no sols informar-te?

Resposta general.



Més de 60 anys.

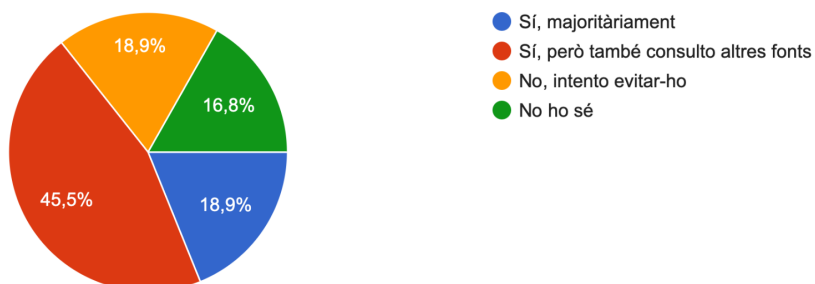


Generalment, la gent contrasta la informació només de manera puntual (47%), tot i que també hi ha una part considerable de la població (28%) que ho fa amb freqüència. Considero que la informació s'hauria de contrastar de manera habitual; per tant, aquesta dada no em sembla gaire positiva. A més, amb l'increment de l'ús de les xarxes socials i la gran quantitat de continguts falsos que hi circulen, es demostra la facilitat amb què la gent pot acabar creient algun rumor si no verifica la informació.

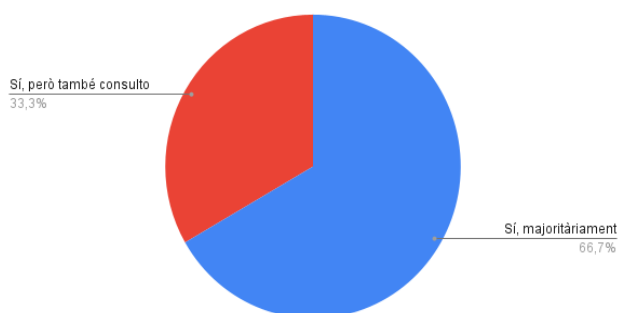
M'ha sorprès especialment la franja d'edat de més de 60 anys, ja que una gran majoria d'aquest grup (57%) afirma que contrasta la informació important amb freqüència. Aquest fet em fa pensar si potser verificar la informació requereix temps i esforç, i que per això bona part de la població no ho fa de manera habitual.

- T'informes NOMÉS en mitjans que són afins a la teva ideologia política?

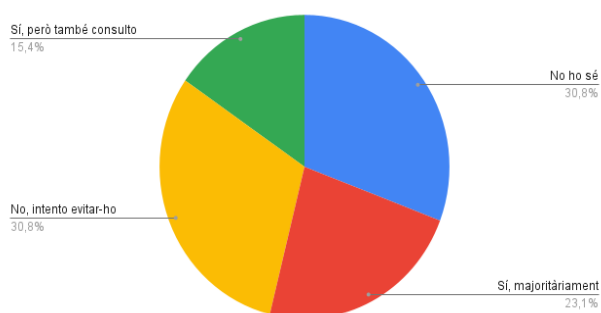
Resposta general.



Estudis primaris.



De 18 a 25 anys.



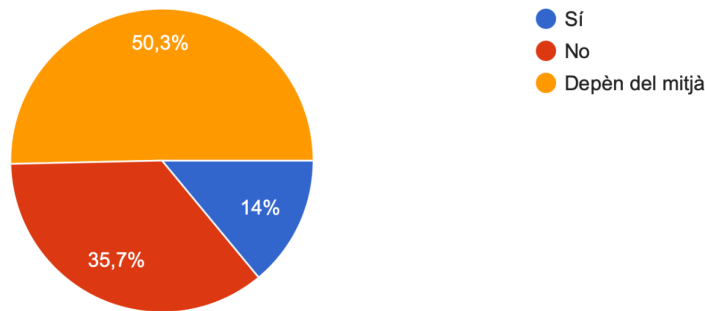
La majoria de la gent s'informa a través de mitjans afins a la seva ideologia política, però també consulta altres fonts. Això em sembla molt positiu, ja que les línies editorials sovint poden influir en la manera com es presenten les notícies; per tant, consultar diferents fonts permet formar una opinió més equilibrada i basada en fets.

M'ha sorprès que, en la franja d'edat entre 18 i 25 anys, una part important de la població no sàpiga si s'informa amb mitjans propers a la seva ideologia política o no. Ho he relacionat amb el fet que molts s'informen principalment a través de les xarxes socials. Això em fa preguntar-me si aquesta dependència pot limitar la seva capacitat de valorar críticament si la informació que consumeixen està influenciada per determinades ideologies.

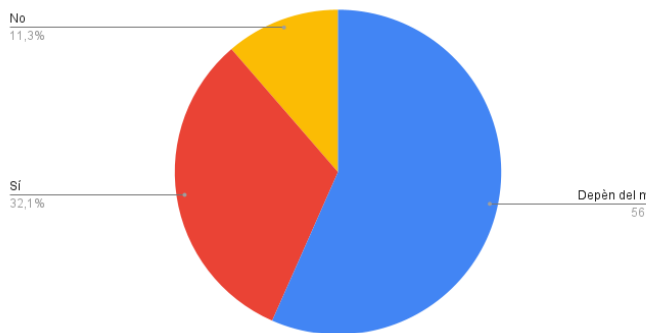
A més, també he observat que les persones que han cursat només estudis primaris tendeixen a informar-se principalment a través de mitjans afins a la seva ideologia. Aquest fet em fa pensar que les persones amb menys formació acadèmica poden buscar més sovint informació que reforci les seves pròpies idees, i que potser són menys crítiques a l'hora de contrastar la informació amb fonts diferents o més rigoroses.

- Creus que els mitjans són imparcials a l'hora d'informar?

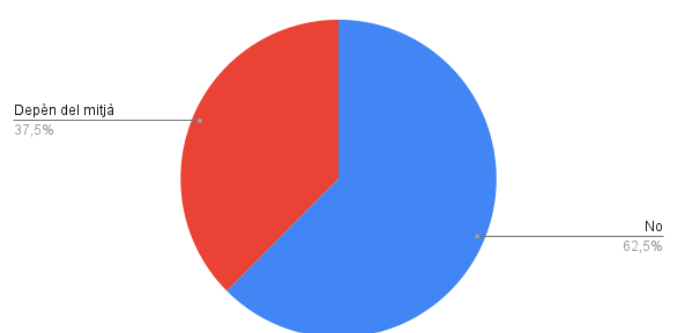
Resposta general.



Menys de 18 anys.



Més de 60 anys.

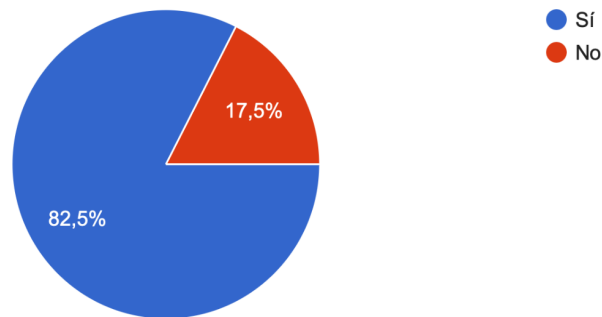


El següent gràfic mostra que un 50% de la població creu que la imparcialitat està garantida en alguns mitjans, però no en tots. Tot seguit, amb un 35%, hi ha la idea que cap mitjà és realment imparcial. En la franja d'edat de menys de 18 anys s'observa una percepció diferent: un 32% considera que els mitjans sí que són imparcials. En canvi, si ens fixem en el gràfic de les persones de més de 60 anys, la gran majoria creu que els mitjans no són imparcials.

Aquest fet em fa pensar que, a mesura que les persones tenen més contacte amb els mitjans al llarg dels anys, la seva percepció sobre la imparcialitat pot anar canviant. És possible que l'experiència i el consum continuat d'informació facin que siguin més crítiques amb el funcionament dels mitjans.

- Alguna vegada has canviat d'opinió sobre un tema després de contrastar la informació en diversos mitjans?

Resposta general.

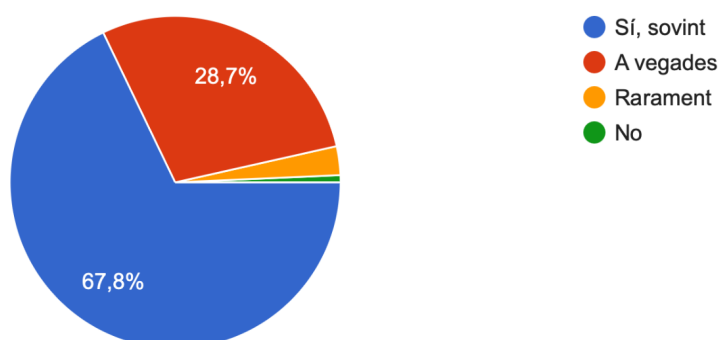


Aquest resultat mostra una clara majoria: un 82% de la població afirma haver canviat d'opinió després de contrastar la informació amb altres mitjans. Això demostra com l'enfocament que utilitzen els diferents mitjans pot influir en la manera com la gent interpreta la informació i, en conseqüència, en la formació de l'opinió pública.

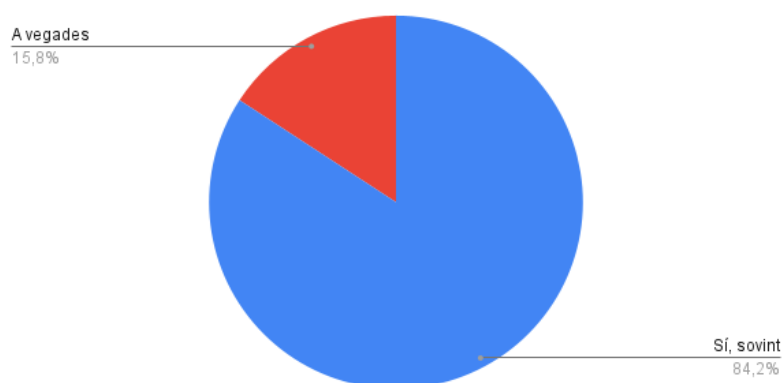
A més, si una gran majoria ha respost que sí, aquest resultat em sembla una mica contradictori amb la pregunta sobre la verificació de la informació. Si moltes persones han experimentat que consultar més d'un mitjà pot fer-los canviar d'opinió, per què no verifiquen la informació de manera habitual amb diverses fonts? Aquesta contradicció pot indicar que, tot i ser conscients de la importància de contrastar la informació, moltes persones no ho fan amb regularitat.

- Creus que els governs utilitzen els mitjans per manipular l'opinió pública?

Resposta general.



Més de 60 anys.

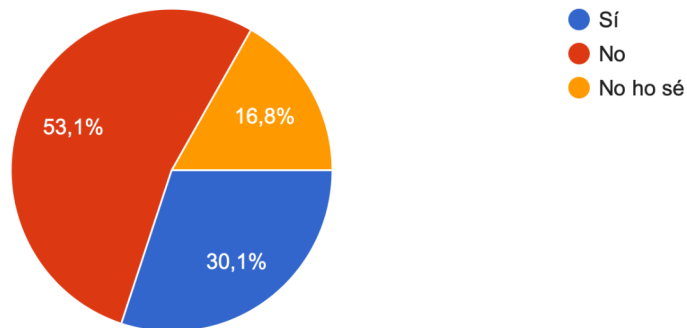


De manera general, els resultats mostren que un 67,8% de la població creu que hi ha manipulació per part del govern. Aquest fet em porta a preguntar-me per què, tot i aquesta percepció, la majoria de gent no contrasta la informació amb altres fonts.

El que m'agradaria destacar és la franja d'edat de més de 60 anys: la gran majoria (84,2%) creu que els governs sí que utilitzen els mitjans per manipular l'opinió pública. Aquest resultat té molt de sentit, ja que la majoria d'aquest grup contrasten la informació de manera habitual, fet que probablement els permet reconèixer amb més facilitat les estratègies de manipulació en els mitjans.

- Creus que és possible tenir un periodisme totalment independent del poder polític?

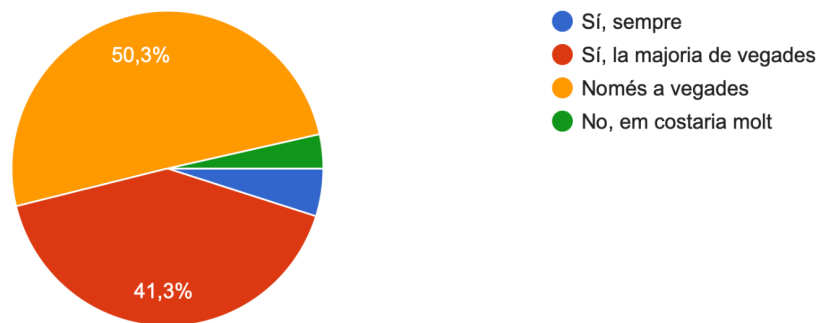
Resposta general.



Generalment, la gent pensa que no és possible el periodisme separat del poder polític, fet que em fa pensar que la majoria perceben el periodisme amb influències polítiques.

- Creus que sabries distingir una *fake news* d'una notícia real?

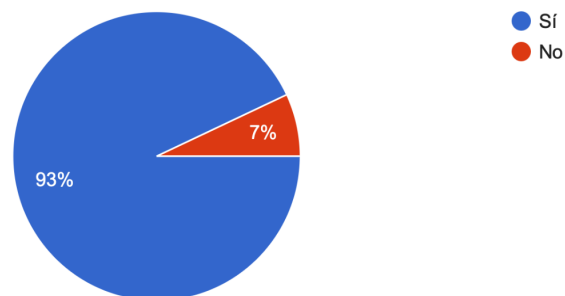
Resposta general.



La següent resposta m'ha demostrat que la majoria de la gent creu que podria diferenciar una fake news d'una notícia real, però que els hi costaria fer-ho. Això em fa adonar que, un cop més, si la gent contrastés la informació amb altres mitjans, probablement els seria més fàcil detectar les fake news i formar una opinió més crítica i fonamentada.

- Has detectat alguna vegada notícies que et semblin manipulades o esbiaixades?

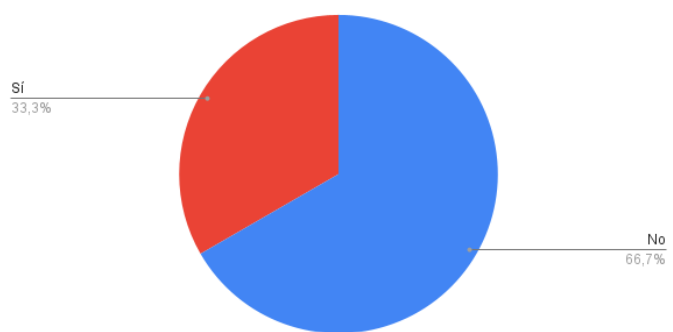
Resposta general.



Estudis universitaris.



Estudis primaris.

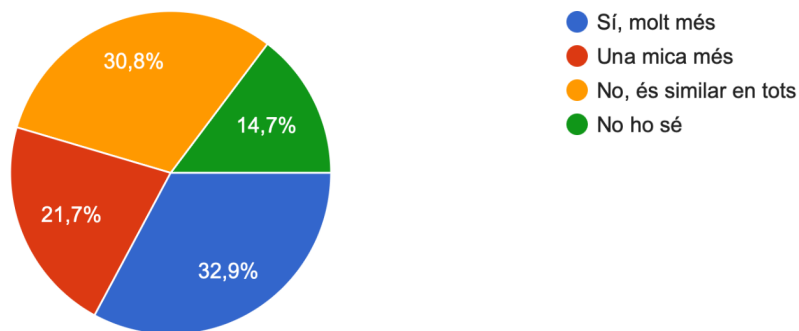


La gran majoria de la població (93%) afirma haver notat notícies manipulades o esbiaixades, fet que indica que els ciutadans tenen consciència de les influències existents en els mitjans.

A més, les dades mostren diferències segons el nivell d'estudis: les persones amb estudis universitaris afirmen haver trobat notícies que els han semblat esbiaixades, mentre que la majoria de les que només han cursat fins a primària declaren no haver detectat mai notícies esbiaixades. Aquest fet reforça la meua conclusió sobre la importància de l'educació per interpretar críticament les notícies diàries i ser capaç de detectar possibles desviacions o manipulacions.

- Penses que existeix més manipulació en els mitjans contraris a la teva ideologia política?

Resposta general.

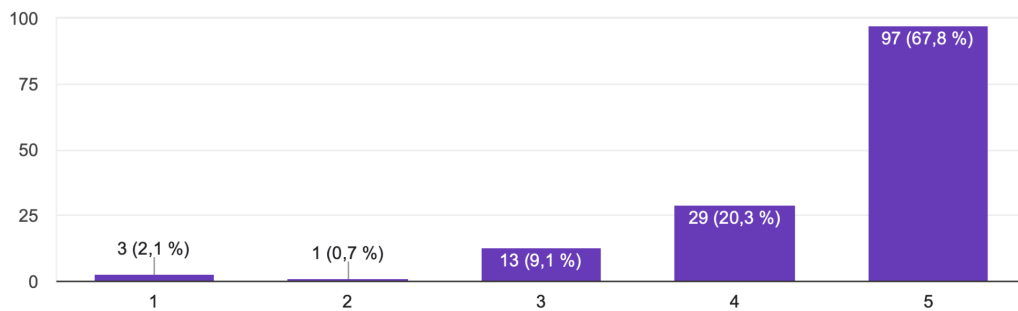


Em sorprèn molt el resultat d'aquesta pregunta. La resposta més votada (32%) indica que la gent percep que hi ha molta més manipulació en els mitjans contraris a la seva pròpia ideologia. Això em fa adonar que moltes persones tendeixen a reforçar un discurs determinat, cosa que pot comportar que no dubtin dels seus mitjans habituals i, en conseqüència, caiguin en biaixos de confirmació.

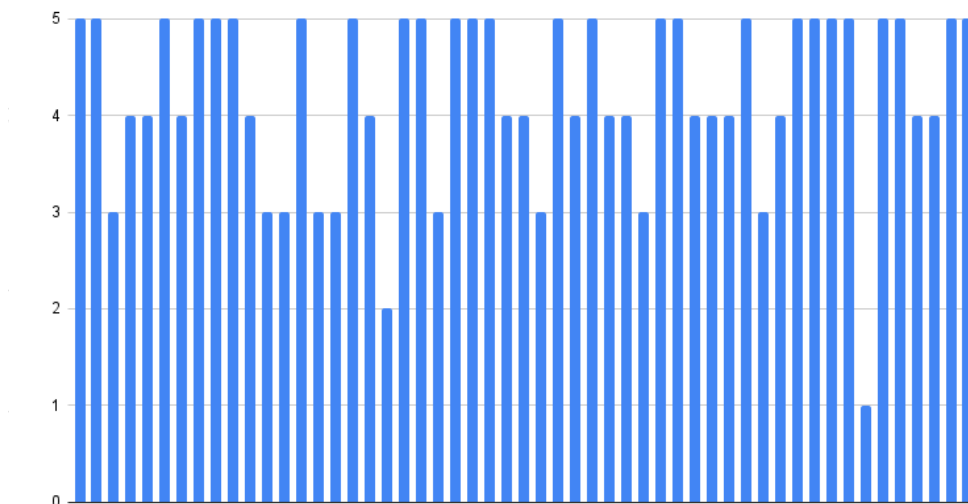
La segona opció més votada (30%) reflecteix la percepció que la manipulació és similar en tots els mitjans. Aquest resultat em sembla més comprensible, ja que mostra que aquestes persones són crítiques amb la seva pròpia ideologia, la qual cosa els pot ajudar a no acceptar la informació com a vàlida sense qüestionar-la i, d'aquesta manera, detectar possibles biaixos.

- Quina importància creus que té l'educació crítica (aprendre a analitzar notícies) per evitar la manipulació? (Essent 1 zero importància i 5 total importància)

De manera general.



Més de 18 anys.



La majoria de la gent creu que l'educació crítica té un paper fonamental a l'hora d'evitar manipulacions, fet que considero molt positiu, ja que és essencial fomentar l'esperit crític entre la ciutadania: la gent ha de qüestionar i contrastar la informació que rep.

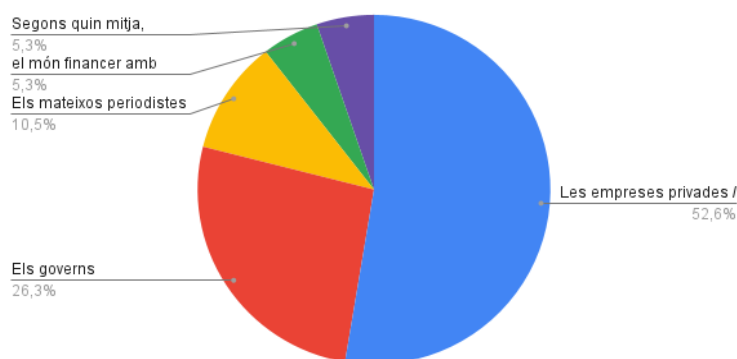
M'ha sorprès que els menors de 18 anys no ho considerin tan rellevant. Això em sembla preocupant, ja que podria portar-los a passar per alt la necessitat de contrastar informació que, en realitat, està manipulada, deixant-los més vulnerables a la desinformació.

- Segons la teva percepció, qui té més influència sobre el que es publica?

Resposta general.



Més de 60 anys.

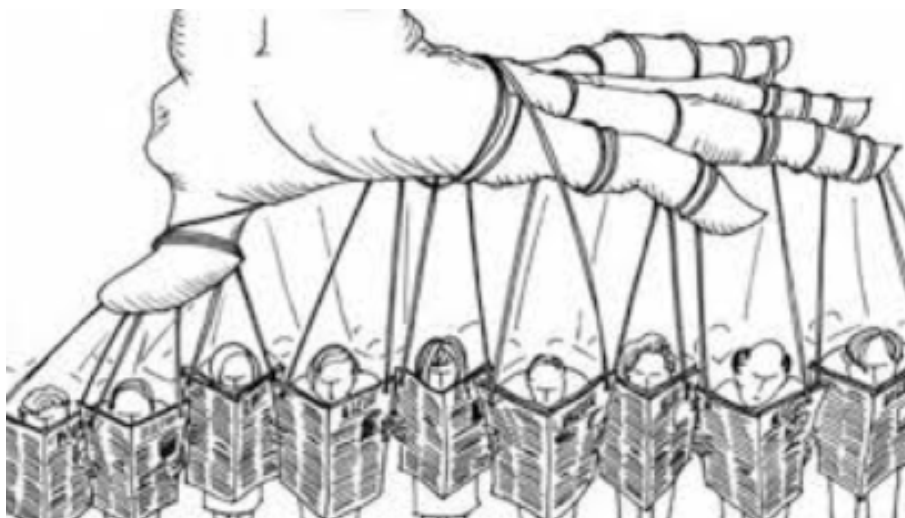


La següent resposta mostra que la majoria opina que els governs tenen influència sobre el que es publica, tot i que les opinions estan bastant fragmentades, ja que no hi ha una majoria absoluta. Això em demostra que molta gent es basa principalment en la seva opinió personal, ja que no ho sap amb certesa.

En la franja d'edat de més de 60 anys, m'ha sorprès veure que la majoria creuen que són les empreses les que exerceixen més influència sobre el que es publica, un resultat que reflecteix una percepció diferent respecte al poder dels actors polítics.

10. COMPARACIÓ SEGONS MITJANS

En aquest apartat analitzaré com diferents mitjans de comunicació expliquen un mateix fet segons la seva manera de pensar i els seus interessos. Primer, compararé les imatges que utilitzen els mitjans per veure com poden canviar la manera com ho percep la gent. Després, faré una comparació de les notícies, mirant com varia la informació segons el llenguatge, l'enfocament i els detalls que escullen destacar, i com això pot influir en l'opinió de les persones. L'objectiu és veure com la forma de presentar la informació pot canviar la nostra visió dels fets i com la ideologia dels mitjans afecta aquesta representació.



Imatge anònima. (s.d.). Dibuix d'una mà manipulant persones mitjançant diaris. [Imatge]. Recuperat el 13 de Juliol de 2025.

10.1 COMPARACIÓ IMATGES

En aquest apartat s'analitzaran les imatges utilitzades per informar d'un mateix fet, en aquest cas els fets de l'1 d'Octubre. Aquest dia el govern de Catalunya va convocar un referèndum d'independència, tot i que l'Estat espanyol el va declarar il·legal. Durant el dia, milers de persones van sortir a votar. La Policia Nacional i la Guàrdia Civil van intentar impedir-ho deixant centenars de ferits. La Generalitat va anunciar un 90% de vots a favor de la independència, però el govern espanyol no va reconèixer els resultats.

EL MUNDO: Utilitzen aquesta imatge per justificar l'actuació policial com a control del desordre d'aquell dia.



Ni un minuto que perder frente al independentismo. (2017, 1 octubre). ELMUNDO.

<https://www.elmundo.es/opinion/2017/10/01/59d149cde2704ef9528b4625.html>

RTVE: Utilitzen aquesta imatge per mostrar “neutralitat” sense destacar la violència.



Charte, V. C. /. M., & Charte, V. C. /. M. (2017, 1 octubre). *Referéndum 1-O: así te hemos contado la jornada del 1 de octubre en Cataluña*. RTVE.es.
<https://www.rtve.es/noticias/20171001/referendum-cataluna-directo-ultimas-noticias/1624961.shtml>

TELECINCO: Utilitzen aquesta imatge per personalitzar el conflicte, com un desafiament de Puigdemont.



Referéndum 1-O: La Generalitat cuenta un 90 por ciento de los votos a favor de la independencia. (2017, 1 octubre). telecinco.es.

ABC: Utilitzen aquesta imatge per mostrar l'oposició a la independència.



S.E. (2017, 2 octubre). Los titulares del referéndum de Cataluña del 1-O. *Diario ABC*.

https://www.abc.es/espana/abci-titulares-referendum-201710012317_noticia.html

EL PUNT AVUI: Utilitzen aquesta imatge per mostrar la violència clara per denunciar l'Estat.



Tubella, I. (2025, 26 septiembre). 1 d'Octubre. *El Punt Avui*.

<https://www.elpuntavui.cat/opinio/article/8-articles/2577838-1-d-octubre.html>

La principal diferència que jo observo entre les imatges és que, segons les ideologies de cada partit, alguns mitjans mostren simplement les votacions o imatges del mateix Puigdemont, mentre que d'altres posen més èmfasi en l'actuació policial durant l'1 d'octubre.

- Els partits més conservadors tendeixen a normalitzar l'actuació policial i a destacar la unitat d'Espanya.
- Els partits públics estatals eviten imatges massa crues o violentes, intentant mantenir una aparença d'objectivitat i neutralitat informativa
- Els partits Catalans independentistes solen destacar participació massiva de la ciutadania i la violència policial per reforçar i legitimar la causa.

Tot i que això no sigui una manipulació directa també ho és en certa manera, ja que el tipus d'imatge escollida pot influir profundament en la nostra percepció dels fets i en la interpretació del que realment va passar.

10.2 COMPARACIÓ NOTICIA

El següent cas actual mostra els diferents enfocaments, de diferents mitjans de comunicació sobre una mateixa notícia.

El conflicte entre Pedro Sánchez i Donald Trump es va produir al Juny d'aquest any 2025. A causa de la iniciativa de Trump de voler que Espanya augmentés la despesa militar fins al 5 % del PIB, però Sánchez ho va rebutjar, ja que creia que era excessiu i incompatible amb l'estat del benestar; finalment, Espanya es va comprometre a pujar-la només fins al 2%.

Tot i que globalment no es va parlar d'aquest conflicte, a Espanya es trobava en la portada de tots els diaris però amb enfocaments de la disputa en dos punts de vista molt contraris. Mentre que alguns es centren en la imatge de Trump assenyalant amb el dit amb un posat agressiu i amenaçant a Espanya, altres es centren i són molt crítics en la imatge de Pedro Sánchez.

Els mitjans progressistes, destaquen una imatge de Trump agressiu, i defensen que Sánchez ha estat valent plantant-li cara per protegir l'estat del benestar.

- La Vanguardia: TRUMP AMENAÇA A ESPANYA.
 - En la seva editorial defineixen a Trump com a categòric i desafiador. Afirmen que Pedro Sánchez es troba a l'ull de l'huracà i que la crisi oberta entre tots dos països és seriosa, també asseguren que serà un escenari preocupant.
- ARA: SÁNCHEZ PLANTA CARA A TRUMP.
 - El diari està convençut que no tots els estats estan d'acord a augmentar la despesa armamentística, i per això aplaudeixen la valentia de Pedro Sánchez. Asseguren que el president espanyol només ha defensat en públic el que molts dirigents europeus pensen en privat.
- El País: UNA OTAN A MESURA DE TRUMP, EL LÍDER REPÚBLICA NO CREU QUE TINGUI ALIATS SINÓ CLIENTS.

- Defensen que precisament de qui s'ha de defensar Europa és de Donald Trump.

Els mitjans conservadors mostren un Sánchez imprudent, criticant que el seu desafiament posa Espanya en risc de conflicte comercial i debilita el país dins l'OTAN i la UE.

- La Premsa Conservadora de Madrid es mostra molt crítica amb la postura de Sánchez, mostra imatges on es veu a Pedro Sánchez totalment aïllat respecte els altres líders de la conferència.
- El Periódico: Qualifica l'actitud de Pedro Sánchez imprudent. Creuen que la millor protecció per a Espanya és formar part de la Unió Europea.
- El Mundo: DESAFIAMENT ARRISCAT A TRUMP.
 - Defineix la disputa com un puls personal de Sánchez que col·loca a Espanya a la primera de la línia d'un xoc frontal inquietant amb els Estats Units.
- ABC: Sánchez situa a Espanya en una guerra comercial amb els Estats Units, després d'intentar enredar a l'OTAN i encara va més enllà dient que el líder socialista a posat a Espanya en risc.
- El Confidencial: LA CIMERA DE L'OTAN A ANAT BÉ A TOTS MENYS A ESPANYA.
 - Afirmen Sánchez va convertir la seva participació en un truc comunicatiu per continuar viu un dia més.

11. CASOS PRÀCTICS DE MANIPULACIÓ MEDIÀTICA

En aquest apartat analitzaré diversos casos pràctics de manipulació mediàtica per veure com els mitjans i els poders polítics poden influir en l'opinió pública. Primer, examinaré exemples a Espanya i Catalunya, com el procés català i la pandèmia de la COVID-19, on la selecció d'imatges, el llenguatge i la difusió de rumors van alterar la percepció de la població. Tot seguit, miraré casos internacionals, com Veneçuela i la guerra a Ucraïna, on la propaganda i la censura es fan servir per controlar el relat i guanyar suport, tant a nivell intern com extern. Finalment, veurem exemples extrems, com el conflicte a Gaza, on la censura i la persecució de periodistes arriben a nivells extrems, mostrant com la manipulació mediàtica pot ser utilitzada com una arma de guerra. L'objectiu d'aquest apartat és comprendre com la informació pot ser distorsionada, quines tècniques s'utilitzen i quins efectes té sobre la societat.



Imatge anònima. (s.d.). Vinyeta amb un periodista dient: “Este es mi título de periodista independiente”. [Imatge]. Recuperat el 13 de Juliol de 2025.

11.1 ESTUDI DE CAS A ESPANYA I CATALUNYA

El primer estudi de cas a Catalunya és la manipulació mediàtica durant el procés català. Anomenem procés català al conjunt d'esdeveniments que van provocar el referèndum de l'1 d'octubre de 2017. Durant aquest període de fets polítics i socials els mitjans de comunicació van jugar un paper clau en la construcció del relat de la població sigui ajudant favorablement o no favorablement a les parts implicades. La manipulació mediàtica fa referència a la difusió d'informació parcial, distorsionada o falsejada per influir en l'opinió pública.

Mentre que alguns partits espanyols presentaven els incidents violents de les protestes com a “atacs dels independentistes”, els mitjans catalans ho presentaven com a “repressió de l'Estat”.

Un altre exemple és com les fotografies o vídeos es treien de context per alarmar a la població. Els mitjans catalans posaven especial èmfasis en l'actuació policial mentre que els mitjans espanyols mostraven les revoltes dels catalans.

Amb 3 exemples molt senzills veuran com canvia la percepció de la població fàcilment:

- L'any 2012 TVE presentava: Manifestació massiva proindependència descrita com a “minoritària”, fet que va provocar una reducció de la percepció pública de suport.
- L'any 2014 El País presentava: Referèndum no oficial: “Acte il·legal i provocador”, fet que provocava una estigmatització dels votants.
- L'any 2017 TV3 presentava: Imatges de càrregues policials amb comentaris emotius, fet que va provocar indignació i suport a la independència.

Finalment, podem veure com la manipulació mediàtica va ser un element central durant el procés català, tant els mitjans espanyols com els catalans van utilitzar tècniques de selecció d'informació per intentar influenciar el discurs. Les xarxes socials també van incrementar la difusió de narratives parcials i rumors. L'impacte principal va ser la fragmentació de l'opinió pública i la dificultat de tenir un debat objectiu.

El segon estudi de cas és el de la pandèmia de la COVID-19, aquesta va començar a finals de 2019 i es va expandir en qüestió de dies per tot el món. La crisi va generar una necessitat constant d'informació. Això va crear un període perfecte perquè la informació veraç i la desinformació circulessin alhora.

Mentre que alguns mitjans destacaven només els casos dramàtics, altres els minimitzaven segons els interessos. Va ser una etapa on els rumors i les *fake news* van agafar un important paper, algunes de les desinformacions més exagerades són: Les teories conspiratives de l'origen del virus, es deia que aquest provenia del mercat de Wuhan o d'un laboratori. Quan es va començar a vacunar la població les desinformacions van provocar que gran part de la població tingués por de punxar-se.

Amb 4 exemples molt senzills veuran com canvia la percepció de la població fàcilment:

- L'any 2020 via Twitter es van difondre vídeos falsos de contagis massius, fet que va provocar alarmisme i por entre la població.
- L'any 2020 a la Xina es va difondre un vídeo on es mostraven les actuacions davant la pandèmia, fet que va provocar una millora de la imatge internacional del govern.
- L'any 2021 via Facebook van circular rumors sobre vacunes que alteren l'ADN, aquest acte va comportar que la gent desconfies de les vacunes.
- L'any 2020 la CNN va publicar titulars sobre "joves que no respecten la quarantena", això va provocar l'estigmatització d'un grup social.

Amb aquest exemple de la pandèmia podem demostrar, altre cop, la gran influència que tenen els mitjans sobre la població. Utilitzen tècniques de selecció d'informació, framing i difusió de rumors. A més l'impacte que generen en la població acostuma a ser confusió social, desconfiança entre les institucions sanitàries i les polítiques i polarització. Com ja s'ha mencionat anteriorment, les informacions sensacionalistes i conspiracionistes circulen més ràpidament per les xarxes, mentre que la informació veraç arriba a menys gent.

L'últim estudi de cas no és realment a Espanya, però trobo que és un cas interessant d'explicar. Aquest és el de la Guerra a Ucraïna, va començar al febrer de 2022 amb la invasió de Rússia. A part del gran conflicte militar es va destapar una gran guerra informativa amb l'objectiu de controlar el relat i influir en ell, no només a nivell intern sinó internacional.

Des d'Ucraïna s'ha presentat el relat defensant que Rússia és l'agressor i Ucraïna la víctima que defensa la seva població, s'ha presentat a Zelenski com un símbol de resistència democràtica, a més es mostren diàriament imatges devastadores de ciutats destruïdes, de refugiats i de massacres. El relat rus defensa tot el contrari, Rússia afirma que actuen per defensar-se de l'OTAN i per eliminar els neonazis d'Ucraïna, les massacres es presenten com a “muntatges occidentals”. Rússia difon desinformacions justificant els seus atacs, relatant que Ucraïna cometia un genocidi contra la població russòfona, és a dir, persones russes que viuen a l'est d'Ucraïna, exactament a Donbass, tot i la negació de diverses organismes davant d'aquesta acusació. Aquest fet, que pot semblar insignificant, no ho és. Mostra com, Rússia justifica els seus atacs amb una propaganda falsa, per millorar el seu relat.

Aquest cop tenim 2 exemples molt senzills on es mostra el canvi en la percepció de la població fàcilment:

- L'any 2022 des d'Occident es difon “Massacre de Bucha: crim de guerra rus” fet que comporta un increment de suport internacional.
- L'any 2022 des de Rússia es difon “Bucha: muntatge teatral ucraïnès” per mantenir el suport intern i confusió a audiències externes.

Amb aquests exemples es pot veure com cada part dels implicats difon la seva narrativa cap a on a ells els interessa, aquesta guerra de relats té clarament dues parts oposades i altament polaritzades. Mentre que Occident presenta el conflicte com a una lluita entre la democràcia i autoritarisme, Rússia la defensa com una guerra defensiva davant l'expansionisme de l'OTAN i el “nazisme” Ucraïnès. La manipulació mediàtica s'ha convertit en una eina de guerra amb un impacte directe en el suport que rep cada bàndol.

11.2 ESTUDI DE CAS INTERNACIONAL

El següent estudi de cas és internacional es tracta de Veneçuela, un país d'Amèrica del Sud que viu des de fa més de dues dècades un conflicte polític entre el govern chavista i l'oposició a aquest. La situació econòmica és greu, les sancions internacionals, l'emigració massiva i l'escassetat de productes bàsics han creat a Veneçuela una guerra comunicativa. Davant d'aquest context, el govern intenta mantenir el relat d'una "revolució bolivariana assetjada" mentre l'oposició i part de la comunitat internacional denuncien repressió i censura.

El govern ha intervingut per tancar canals de TV i emissores de ràdio tradicionals, han restringit l'ús a internet i han bloquejat els portals dels informatius opositors, fins i tot, vigilen les xarxes socials i criminalitzen als periodistes. Només reben cobertura els mitjans oficials. Externament, la crisi es percep com a culpa de l'imperialisme nord-americà, en comptes de la gestió interna. La figura de Chávez es presenta com un líder de la nació, mentre que Maduro apareix com el defensor del poble. Aquí veiem un clar exemple de com la propaganda a acabat condicionant la percepció internacional.

Un exemple clau és al 2019, quan Juan Guaidó es va autoproclamar president interí amb l'ajuda dels Estats Units i d'altres governs, la propaganda governamental veneçolana va descriure-ho com un cop d'estat preparat des de Washington. Alhora, molts mitjans internacionals presentaven a Maduro com un dictador aferrat al poder.

En conclusió, Veneçuela és un exemple de censura de l'enemic i d'ús de propaganda com a eina de supervivència política. L'impacte d'això és la separació de la societat, la pèrdua de credibilitat dels mitjans i la guerra informativa.

11.3 ESTUDI DE CASOS EXTREMS DE MANIPULACIÓ EN EL CONTEXT D'UNA GUERRA

L'últim estudi de cas és el genocidi actual a Gaza. Històricament, Israel i Palestina han tingut disputes sobre terres, fronteres i drets de població. Des del 2007, Hamas governa Gaza, Israel considera el grup una organització terrorista, fet que provoca constantment atacs i bloqueigs. Al març de 2025 es va intensificar la guerra, fins avui, el conflicte ha causat més de 66.000 morts de palestins, més de 200 periodistes morts i 1.219 israelians. Almenys 18.885 nens han estat registrats morts des de l'inici del conflicte, però realment s'estima que, més de 50.000 nens han mort o han estat ferits des de l'inici d'aquest. Més de 2 milions de palestins han estat desplaçats i la fam ha causat 440 morts confirmats, incloent-hi 147 nens. Uns 132.000 nens menors de cinc anys estan en risc de mort per malnutrició aguda.

Durant aquesta guerra els periodistes han estat l'objectiu de molts atacs, el que volen aconseguir és controlar el relat sobre el conflicte i que el món exterior no pugui conèixer que passa a dins. Sovint, les autoritats israelianes acusen a periodistes palestins de ser col·laboradors de grups militants per justificar els atacs, tot i les denúncies d'organitzacions internacionals de drets humans i llibertat de premsa, ja que estaven exercint la seva professió.

Aquesta és una manera extrema de silenciar el que passa, mentre que a Espanya podem viure casos de manipulacions en mitjans de comunicació, utilitzant un determinat llenguatge, seleccionant imatges, donant més importància a determinats temes... A Gaza la censura és extrema amb violència, assassinats, restriccions d'accés... En els dos casos es vol controlar el relat, Espanya manipula, però Gaza ho porta a un nivell extrem, eliminant directament.

Aquí directament els periodistes són objectius, volen impedir que s'expliqui que passa a Gaza, per poder fer el que ells vulguin. El març de 2025 el periodista Hossam Shabat, va morir quan el seu vehicle va ser atacat, era un objectiu clar. El maig de 2025 el periodista Yahya Sobeih també va ser assassinat, aquest cobria aspectes humanitaris de la vida quotidiana, fet que demostra que fins i tot periodistes no vinculats amb la cobertura de la guerra són assassinats.

Saber que els periodistes es converteixen en objectius de guerra és una dada realment alarmant sobre la qual considero que cal reflexionar profundament. Que intentin censurar qualsevol font d'informació només evidencia que no volen que es conegui la realitat del que passa allà dins. Aquest fet em porta a la conclusió que l'únic que pretenen és exterminar la població de Gaza de la manera més cruel possible, amb la certesa que no n'assumiran cap conseqüència. Un 75% dels periodistes morts arreu del món moren a Gaza, en altres paraules, és la guerra més letal per a periodistes.

El que vol aconseguir Israel silenciant als periodistes és una invisibilització de la realitat civil.

12. CONCLUSIONS

A l'inici del treball em vaig fer un seguit de preguntes que he aconseguit respondre durant la meva recerca:

Les línies editorials i les ideologies poden influir en grans masses, ja que sovint estan incloses a la notícia i acaben siguent difícils de detectar. La millor manera de no caure en aquestes influències és contrastar les notícies amb diverses fonts.

Les tècniques de manipulació mediàtica no són úniques, sinó que és combinen, com la selecció d'imatges, el framing o el nomenament de directors afins a determinats interessos, modificant la percepció de la informació sense que el públic se n'adoni.

La percepció de la imparcialitat dels mitjans varia segons la ideologia, el nivell d'estudis i la contrastació a diferents fonts. No hi ha una opinió única, ja que la imparcialitat és percebuda de manera subjectiva.

Les xarxes socials són una gran influència en la formació d'opinions, especialment per la seva rapidesa i capacitat de difusió. A més, els algoritmes poden reforçar creences preexistents i polaritzar la població, fent-les eines poderoses però amb risc de difusió de narratives parcials.

Els professionals de la comunicació consideren essencial garantir transparència. Els principals reptes són verificar dades, resistir pressions polítiques o empresarials i combatre la desinformació sense perdre credibilitat, amb l'objectiu de permetre a la població formar opinions informades i conscients.

L'objectiu que més il·lusió em feia era comprovar si el rànquing de Reporters Sense Fronteres reflectia la realitat o si, des del meu punt de vista, hi havia discrepàncies. Segons ells, Espanya es situava entre un 15% i un 25% de manipulació per part del govern. La meva conclusió després de realitzar aquest treball és que no es pot donar

un número exacte; hi ha indicis i evidències de manipulació, però la seva mesura precisa és difícil, ja que depèn de la percepció de cada persona. Uns ho veuran amb més influència i altres amb menys. També he observat que mitjans com TV3 intenten garantir la imparcialitat amb equips dedicats a supervisar i controlar el contingut informatiu.

La meva hipòtesi principal era que els governs utilitzen tècniques a través dels mitjans per influir en l'opinió pública i que les persones, davant de la influència, no podrien fer-hi res, ja que aquests biaixos són difícils de detectar. Ara, un cop finalitzat el treball, veig que la meva hipòtesi era encertada en part: els governs efectivament sempre intenten influir en el periodisme. Tot i això, em vaig equivocar en pensar que no hi havia manera d'evitar-ho. Tot i que les desviacions i biaixos poden ser difícils de reconèixer, una societat amb educació crítica i capacitat de contrastar informació pot reduir aquesta influència.

La valoració final que faig d'aquest treball és molt positiva. Vaig començar amb la il·lusió de fer, en la part pràctica, un rànquing mundial sobre les influències en el periodisme. Quan vaig descobrir que aquest rànquing ja existia, vaig plantejar-me canviar de tema, però per sort no ho vaig fer. Durant el procés, la principal dificultat va ser contactar amb professionals del sector; al principi semblava que no rebia cap resposta i vaig arribar a plantejar-me buscar una altra pràctica. Tot i això, amb insistència, finalment vaig aconseguir contrastar informació amb diverses persones del sector.

Si la meva recerca no finalitzés aquí, m'agradaria ampliar l'estudi analitzant casos pràctics extrems de manipulació en contextos de guerra, en països com Burkina Faso, Níger i Mali. També voldria ampliar la recerca a altres regions per comparar com es perceben aquestes influències en diferents llocs del món respecte a com les percebem aquí. A més, m'agradaria aprofundir en la meva enquesta, analitzant la relació entre el nivell d'estudis i la percepció de manipulació, és a dir, fins a quin punt la capacitat crítica pot protegir-nos davant d'aquest tipus d'influències.

A més, aquest treball m'ha ajudat a adonar-me de la importància dels estudis i de com la formació crítica marca la diferència en la manera com percebem la informació. Aquest procés m'ha fet adonar-me de la necessitat de desenvolupar habilitats que ens permetin analitzar la informació amb rigor. Finalment, treballar en aquest projecte m'ha ensenyat a ser més pacient i organitzada, ja que recollir dades, contactar professionals i analitzar resultats requereix temps i responsabilitat. Tot junt m'ha fet créixer tant a nivell acadèmic com personal.



demotivaciones.es. (s. f.). *La televisión nos manipula de tal manera que vemos lo que quieren que veamos* [Imagen]. Recuperat de <https://www.demotivaciones.es>

13. BIBLIOGRAFIA I FONTS D'INTERÈS

ABC. (2025). Noticias España. Recuperat de <https://www.abc.es/>

[Consultat el 11/07/2025]

Alai Secure. (2025). Glosario de comunicaciones privadas. Recuperat de <https://alaisecure.es/glosario/que-son-y-como-funcionan-las-comunicaciones-privadas/> [Consultat el 19/08/2025]

Aljazeera. (2025). Noticias internacionales. Recuperat de <https://www.aljazeera.com/> [Consultat el 08/08/2025]

ARA. (2025). Diari Ara. Recuperat de <https://www.ara.cat/> [Consultat el 13/06/2025]

Argentina.gob.ar. (2025). Cómo reconozco una noticia falsa. Recuperat de <https://www.argentina.gob.ar/justicia/convosenlaweb/situaciones/como-reconozco-una-noticia-falsa> [Consultat el 08/07/2025]

BBC. (2025). BBC Mundo Noticias. Recuperat de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515> [Consultat el 01/08/2025]

BBC. (2025). BBC News. Recuperat de <https://www.bbc.com/news> [Consultat el 13/07/2025]

Bibliotecacerdanyola. (2025). Fets alternatius. Recuperat de <https://www.bibliotecacerdanyola.cat/tag/fets-alternatius/> [Consultat el 10/08/2025]

Biblioteca UOC. (2025). Recursos digitals de la Universitat Oberta de Catalunya. Recuperat de <https://biblioteca.uoc.edu/ca/> [Consultat el 04/09/2025]

Canalempresa.gencat.cat. (2025). Finançament empresarial. Recuperat de https://canalempresa.gencat.cat/ca/02_serveis_per_temes/financament/index.html [Consultat el 25/06/2025]

Cancún Anahuac. (2020). La evolución del periodismo de la imprenta a la era digital. Recuperat de <https://cancun.anahuac.mx/blog/la-evolucion-del-periodismo-de-la-imprenta-a-la-era-digital> [Consultat el 05/07/2025]

Catxipanda. (2020). El naixement del periodisme fins l'actualitat. Recuperat de <https://catxipanda.tothistoria.cat/blog/2020/03/26/el-naixement-del-periodisme-fins-la-actualitat-una-mirada-historica-del-quart-poder-per-dolors-pareja-ibar/> [Consultat el 13/07/2025]

Colex. (2023). La manipulación informativa destruirá la democracia. Recuperat de <https://www.colex.es/libros/la-manipulacion-informativa-destruira-democracia-7697> [Consultat el 08/07/2025]

Comunicació21.cat. (2025). Fets alternatius. Recuperat de <https://comunicacio21.cat/opinio/fets-alternatius-centol-david/> [Consultat el 18/07/2025]

Concepto.de. (2025). Autocensura. Recuperat de <https://concepto.de/autocensura/> [Consultat el 01/09/2025]

Concepto.de. (2025). Censura. Recuperat de <https://concepto.de/censura/> [Consultat el 01/09/2025]

Concepto.de. (2025). Lenguaje. Recuperat de <https://concepto.de/lenguaje/> [Consultat el 10/06/2025]

Concepto.de. (2025). Propaganda. Recuperat de <https://concepto.de/propaganda/> [Consultat el 10/08/2025]

Discovery UOC. (2025). Origen del periodisme. Recuperat de https://discovery.biblioteca.uoc.edu/discovery/fulldisplay?docid=cdi_globaltitleindex_catalog_332258547&context=PC&vid=34CSUC_UOC:VU1&lang=ca&search_scope=DN_CDI_unfilered_Rapido&adaptor=Primo%20Central&tab=EverithingRapido&query=any,contains,origen%20del%20periodisme&offset=30 [Consultat el 28/07/2025]

Doccity. (2021). Historia del periodismo. Recuperat de <https://www.doccity.com/es/docs/historia-del-periodismo-419/8178880/> [Consultat el 18/06/2025]

DLE. (2025). Posverdad. Recuperat de <https://dle.rae.es/posverdad> [Consultat el 28/06/2025]

El3devuit.cat. (2020). Les 10 estratègies de manipulació massiva segons Chomsky. Recuperat de <https://el3devuit.cat/2020/04/17/77345/opinio/les-10-estrategies-de-manipulacio-mas-siva-de-la-informacio-segons-noam-chomsky/> [Consultat el 06/08/2025]

El Mundo. (2025). Opinión Baleares. Recuperat de <https://www.elmundo.es/baleares/2014/03/15/53241d41e2704e4a2f8b4569.html> [Consultat el 16/08/2025]

El País. (2025). Opinión sobre manipulación informativa. Recuperat de https://elpais.com/elpais/2017/02/06/opinion/1486395484_942341.html [Consultat el 12/07/2025]

El Periodico. (2025). Internacional. Recuperat de <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20170407/el-atentado-en-suecia-que-trump-se-invento-en-un-mitin-5960556> [Consultat el 02/07/2025]

El Punt Avui. (2025). Violència policial contra les urnes. Recuperat de <https://www.elpuntavui.cat/politica/article/1252063-violencia-policial-contra-les-urnes.html> [Consultat el 17/07/2025]

EFE Comunica. (2022). Museo de la mentira. Recuperat de <https://efecomunica.efe.com/museo-de-la-mentira-ilustra-con-ia-la-imagen-mental-de-consumidores-de-informacion-falsa/> [Consultat el 03/09/2025]

EFE Comunica. (2021). Herramientas para esquivar fake news. Recuperat de <https://efecomunica.efe.com/herramientas-para-esquivar-fake-news-era-digital/> [Consultat el 01/09/2025]

El Tiempo. (2025). Las ideologías en el periodismo. Recuperat de <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/las-ideologias-en-el-periodismo-columna-de-omar-rincon-22608> [Consultat el 16/07/2025]

Freedomhouse.org. (2025). Freedom House Reports. Recuperat de <https://freedomhouse.org/> [Consultat el 21/08/2025]

Fundación Gabo. (2025). Los 4 pilares del periodismo de soluciones. Recuperat de <https://fundaciongabo.org/es/blog/periodismosoluciones/los-4-pilares-del-periodismo-de-soluciones> [Consultat el 10/08/2025]

Ifj.org. (2025). Fake News FIP América Latina (PDF). Recuperat de https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/Fake_News_-_FIP_AmLat.pdf [Consultat el 25/08/2025]

Incibe. (2025). Bulos y fake news. Recuperat de <https://www.incibe.es/ciudadania/tematicas/bulos-fake-news> [Consultat el 24/06/2025]

Interactiva UVic. (2020). Periodisme a l'era digital. Recuperat de <https://interactiva.uvic.cat/per2006/2020/03/10/83/> [Consultat el 16/06/2025]

Junior-report.cat. (2025). Postveritat, discurs climàtic Trump. Recuperat de <https://junior-report.cat/postveritat-discurs-climatic-trump/> [Consultat el 15/06/2025]

Kleohub.com. (2025). Financiación pública vs privada. Recuperat de <https://www.kleohub.com/blog/financiacion-publica-vs-privada-pros-contras-y-cuando-usar-cada-una> [Consultat el 07/08/2025]

La Vanguardia. (2025). Recuperat de <https://www.lavanguardia.com/> [Consultat el 03/08/2025]

Pladeformacioajuntament.santboi.cat. (2025). Postveritat paraula Oxford 2016. Recuperat de <https://pladeformacioajuntament.santboi.cat/blog/postveritat-paraula-del-2016-del-diccionari-oxford/> [Consultat el 09/09/2025]

Periodistes.cat. (2025). Codi deontològic. Recuperat de <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic> [Consultat el 27/06/2025]

Periodisme-dades UOC. (2025). Periodisme de dades. Recuperat de https://periodisme-dades.recursos.uoc.edu/wp-content/uploads/2018/07/periodisme_dades_cat.pdf [Consultat el 02/09/2025]

Periodismeccpp.wordpress.com. (2018). Apunts fonaments 1 (PDF). Recuperat de <https://periodismeccpp.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/apunts-fonaments-1.pdf> [Consultat el 07/06/2025]

Primera Draft News. (2025). Plataforma de verificació. Recuperat de <https://firstdraftnews.org/> [Consultat el 21/07/2025]

RAC1. (2025). El món a RAC1 amb Jordi Basté. Recuperat de <https://www.rac1.cat/a-la-carta/el-mon?pageNumber=2> [Consultat el 13/07/2025]

Redalyc. (2010). Periodismo y sociedad (PDF). Recuperat de <https://www.redalyc.org/pdf/168/16800418.pdf> [Consultat el 15/07/2025]

Reuters. (2025). Reuters News. Recuperat de <https://www.reuters.com/> [Consultat el 28/07/2025]

Reuters Institute. (2023). Importancia de los medios públicos. Recuperat de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023/importancia-medios-publicos-individuos-sociedad> [Consultat el 10/07/2025]

RSF. (2025). Reports without Borders España. Recuperat de <https://rsf.org/es/pais/espa%C3%B1a> [Consultat el 12/09/2025]

RSF. (2025). Noruega. Recuperat de <https://rsf.org/es/pais/noruega#legislacion-18970> [Consultat el 22/08/2025]

RSF. (2025). Panamá. Recuperat de <https://rsf.org/es/pais/panam%C3%A1> [Consultat el 02/09/2025]

RSF. (2025). Bolivia. Recuperat de <https://rsf.org/es/pais/bolivia> [Consultat el 30/08/2025]

RSF. (2025). Jordania. Recuperat de <https://rsf.org/es/pais/jordania> [Consultat el 18/08/2025]

Scribbr. (2025). Cómo citar páginas web en APA. Recuperat de <https://www.scribbr.es/normas-apa/ejemplos/pagina-web/> [Consultat el 19/06/2025]

Sumanthistories. (2025). Era de la postveritat. Recuperat de <https://www.sumanthistories.com/a-fons/lera-de-la-postveritat-la-postveracitat-i-el-xarlatanisme/> [Consultat el 29/06/2025]

Telecinco.es. (2025). Noticias España. Recuperat de https://www.telecinco.es/noticias/espana/referendum-1-o-cataluna-desafio-soberanista-puigdemont-colegios-electorales_18_2444400037.html [Consultat el 20/07/2025]

Textlagalera.wordpress.com. (2017). Què és això de la postveritat? Recuperat de <https://textlagalera.wordpress.com/2017/09/27/que-es-aixo-de-la-postveritat/> [Consultat el 10/08/2025]

Unir.net. (2025). Qué es la posverdad. Recuperat de <https://www.unir.net/revista/derecho/que-es-la-posverdad/> [Consultat el 16/08/2025]

UNESCO. (2025). Freedom of expression. Recuperat de <https://www.unesco.org/en/freedom-expression> [Consultat el 15/07/2025]

Unprofesor.com. (2025). Función informativa con ejemplos. Recuperat de <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/funcion-informativa-con-ejemplos-4973.html> [Consultat el 29/07/2025]

Urbinau.com. (2025). La función informativa. Recuperat de <https://urbinau.com/pragmablog/2020/01/24/la-funcion-informativa/> [Consultat el 28/06/2025]

Verifica EFE. (2025). Plataforma de verificació. Recuperat de <https://verifica.efe.com/> [Consultat el 30/06/2025]

Verificat.cat. (2025). Verificació i periodisme. Recuperat de <https://www.verificat.cat/> [Consultat el 28/06/2025]

Vilaweb. (2025). Vilaweb Diari. Recuperat de <https://www.vilaweb.cat/> [Consultat el 14/06/2025]

Wikipedia. (2025). Manipulació als mitjans de comunicació. Recuperat de https://ca.wikipedia.org/wiki/Manipulaci%C3%B3_als_mitjans_de_comunicaci%C3%B3 [Consultat el 06/06/2025]

Wikipedia. (2025). Alternative facts. Recuperat de https://en.wikipedia.org/wiki/Alternative_facts [Consultat el 17/08/2025]

WHO. (2025). World Health Organization. Recuperat de <https://www.who.int/> [Consultat el 04/08/2025]

3CAT. (2025). TV3 Catalunya. Recuperat de <https://www.3cat.cat/tv3/> [Consultat el 22/07/2025]