



Arxiu històric FUNDACIÓ JAUME BOFILL

# Jornadas sobre la “Crisis de la prensa”

Asociaciones de la prensa de Barcelona

FEBRER 1979

FUNDACIÓ  
*Fundació*  
JAUME  
*Jaume*  
BOFILL  
*Bofill*



270.

Rambla Catalunya, 10, pral (7)  
Telefonos 301 2054 - 318 4039

JORNADAS SOBRE LA "CRISIS DE LA PRENSA"

PROGRAMA PARA LOS DIAS 12, 13 Y 14 DE FEBRERO DE 1.979

D I A 12 :

Causas de la crisis

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| Lunes, a las 10,30 h. | - "Realidad económica de la crisis".<br>Ponencia a cargo de Ginés Vivancos Samper.         |
| Lunes, a las 12,-- h. | - "La problemática de la nueva tecnología".<br>Ponencia a cargo de Xavier Roig Giménez.    |
| Lunes, a las 16,30 h. | - "Política y mercado".<br>Ponencia a cargo de Manuel Vázquez Montalbán.                   |
| Lunes, a las 18,-- h. | - "Causas políticas y sociológicas de la crisis".<br>Ponencia a cargo de Amando de Miguel. |

D I A 13 :

Posibles vías de solución

- |                        |  |
|------------------------|--|
| Martes, a las 10,30 h. | - "La posición de los empresarios".<br>Ponencia a cargo de Pere Oriol Costa Badia y Josep M. Casasús Guri, en base a los resultados de una encuesta. |
| Martes, a las 12,-- h. | - "La posición de los profesionales de la prensa".<br>Ponencia a cargo de Lluís Maria Bassetes Sánchez.  |
| Martes, a las 16,30 h. | - "La necesidad de un nuevo lenguaje o de un "nuevo producto".<br>Ponencia a cargo de Miguel Angel Bastenier Martínez.                               |
| Martes, a las 18,-- h. | - Lectura de comunicaciones sobre temática diversa.  |

D I A 14 :

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| Miércoles, a las 10,30 h. | - Intervención de Mr. Jacques Sauvageot, periodista de "Le Monde", sobre la situación de la |
|---------------------------|---|

.../...



Rambla Cataluña, 10, pral (7)  
Teléfonos 301 2054 - 318 4039

prensa francesa y las medidas adoptadas por sus profesionales.

Miércoles, a las 12,-- h.

- Intervención de Mr. Harry Debelius, corresponsal del "The Times", sobre la actual crisis de este diario.

Miércoles, a las 16,30 h.

- Debate público con participación de profesionales de prensa, profesores de la Facultad de Ciencias de la Información, empresarios, centrales sindicales y partidos políticos.

=====

LA EMPRESA PERIODISTICA FRENTE A LA CRISIS DE LA PRENSA

POR Pere-Oriol COSTA y  
Josep M. CASASCS

## METODE SEQUIT PER L'ENQUESTA

Aquesta ponència va ésser plantejada sobre la base de recollir l'originió de tots els empresaris privats de Premsa diària de Barcelona.

Les entrevistes personals es mantingueren al més alt nivell executiu que en alguns casos coincideix amb la titularitat de la propietat de l'empresa.

Les entrevistes es celebraren pel següent ordre que només respón al criteri de disponibilitat de temps per concertar la trobada entre l'empresa i el ponent: diari "Avui", diari "El Correo Catalán", "Diari de Barcelona", diari "El Noticiero Universal", grup Vanguardia ("La Vanguardia", "Dicon", "El Mundo Deportivo"), Grupo Mundo ("Mundo Diario", "4-2-4", "Catalunya-Express", "Tele/express", "Informaciones" de Madrid) y Grupo Zeta ("El Periódico").

Les opinions que figuren en el bloc d'anexs que complementen aquesta ponència a títol de documentació són una síntesi dels punts de vista expressats al ponent per part del representant de cada una de les empreses. En cap cas es poden considerar que són declaracions textuais.

UNA AMPLIA RADIOGRAFIA DE LA ACTUAL CRISIS Y SUS POSIBLES SOLUCIONES

El conjunto de las opiniones emitidas por los empresarios barceloneses constituyen una inestimable radiografía de las causas que motivan la actual crisis de la prensa así como sus posibles soluciones, desde el punto de vista de la empresa.

Dado el pequeño número de participantes en la encuesta, hemos tabulado las respuestas y opiniones, agrupándolas en una serie de apartados convencionales a fin de dotar de un cierto orden nuestra reflexión.

Junto a cada una de las opiniones hemos situado un número entre el 1 y el 3. El 1 significa que un sólo empresario ha emitido esta opinión. El dos significa que la respuesta ha sido ~~formulada~~ formulada por dos personas. El 3 significa que una amplia mayoría o en algunos casos, todos los empresarios, respaldan aquel punto de vista.

Como puede advertirse, la encuesta sugerirá valores cuantitativos junto a las respuestas, pero dado el poco número de participantes y el hecho de que el sondeo ha sido exhaustivo entre los empresarios de prensa barceloneses, hemos recogido todas las opiniones emitidas pues nos parece que la presente encuesta tiene ante todo un valor cualitativo. Hemos respetado las ~~respuestas~~ respuestas en su ~~formulación~~ *formulación* exacta, aunque, como se vera, muchas veces apuntan al mismo problema y sólo aportan matices en función de la manera personal de ver el tema por parte de cada empresario. Finalmente, en el ~~apartado~~ apartado referente a las soluciones no hemos tabulado la función "corto", "medio" o "largo" plazo porque no había una unidad de criterio metodológico suficiente como establecido antes de la encuesta. Dicho esto, el primer tiempo le dedicamos al "corto" plazo para poder ~~elaborar~~ elaborar las conclusiones de la encuesta.

CAUSAS DE LA CRISIS

1.- Respecto a la empresa

- A.- Crisis estructural con falta de empresarios -2
- B.- Falta de ejecutivos y tècnicos modernas en el sector -2
- C.- Falta de integraciòn redacciòn-empresa -1
- D.- Falta de profesionalidad de los periodistas -1
- E.- Empeño en producir diarios estatales y no regionales -1

2.- Respecto al proceso tècnico

- A.- Falta de reestructuraciòn tecnològica, dando paso a los nuevos procedimientos, por falta de capital y por el problema sindical-1
- B.- Malos transportes pùblicos y caros -1
- C.- Excesivo costo de las transmisiones -2

3.- Respecto al pùblico y a los contenidos

- A.- Baja venta y bajada constante de las ventas. Estamos inmersos en una autèntica crisis de lectores.-3
- B.- Aumentos del precio de venta de las publicaciones -3
- C.- Contenidos poco interesantes con una excesiva politizaciòn -2
- D.- Falta de hàbito de lectura -1
- E.- Falta de nuevos lectores -2
- F.- Bajada de la frecuencia de compra entre los lectores antes habituales. -1
- G.- Irrupciòn de la cultura audiovisual -1

4.-Respecto a los costes

- A.- Aumento constante de todos los costes -2
- B.- Aumento desorbitado del precio del papel -2
- C.- Excesivo costo de la distribuciòn -2
- D.- Costos de personal en constante aumento -1
- E.- Obligaciòn de comprar papel español lo cual se convierte en una autèntica subvenciòn de las empresas periodísticas a las papeleras -1

5.- Otros factores

- A.- Competencia desleal de la publicidad en TVE -3

- (5)
- B.- Bajada general de la contratación publicitaria -3
  - C.- Relaciones difíciles con los puntos de venta -1
  - D.- Competencia desleal de la ex prensa del Movimiento -1

## POSIBLES SOLUCIONES A LA CRISIS

### 1.- Respecto a las empresas

- A.- Reestructuración general del sector -1
- B.- Reestructuración de las empresas -1
- C.- Replanteamiento de la política industrial del sector -1
- D.- Especialización de ejecutivos en el sector prensa -1
- E.- Concentración industrial de empresas periodísticas -1
- F.- Diversificación de objetivos de la empresa periodística, convirtiéndolas en empresas de comunicación.-1
- G.- Elevación de la concentración de capital-1

### 2.- La ayuda del Estado a la prensa

- A.- Ley de ayuda a la prensa-1
- B.- Subvenciones del Estado a fondo perdido, sin discriminaciones-3
- C.- Política de créditos a largo plazo y con intereses bajos -3
- D.- Créditos por modernización tecnológica -2
- E.- Ayuda indirecta del Estado sin discriminaciones -1
- F.- Reducción de tarifas en las transmisiones 3
- G.- Declaración de la prensa "sector de interes preferente".-1

### 3.- Respecto al proceso técnico

- A.- Reestructuración de plantillas en los talleres -2
- B.- Modernización de los procesos de producción -1
- C.- Producción de papel de mejor calidad en el Estado Español -2

### 4.- Acciones que influirían positivamente en las cuentas de explotación.

- A.- Limitación de la publicidad en TVE -3
- B.- Sancionar la distribución -3
- C.- Libertad de compra de la prensa -1
- D.- Solución al problema de la ex-prensa del Movimiento-3





E.- Mancomunar el servicio de aprovisionamiento de papel -1

F.- Reducción y concentración de puntos de venta para abaratar la distribución -1

5.- Respecto al público y a los contenidos

A.- Hacer productos que den al lector lo que espera -2

B.- Acción de fomento de la lectura en las escuelas -3

C.- Ampliación de los lectores, sobre todo entre las clases populares ya que actualmente sólo leen las clases cultas -2

D.- Reducir la politización de los contenidos de los periódicos -2

E.- Aumento de las plantillas de redacción -1

F.- Que las empresas dejen la responsabilidad sobre los contenidos en manos de los periodistas sin intromisiones -1

UNAS CONSIDERACIONES SOBRE LAS RESPUESTAS

Respecto a la empresa

Nuestro punto de vista coincide con el de los empresarios barceloneses. Muchas de nuestras empresas periódicas han quedado desde hace años frías en una estructura arcaica y desfasada respecto a la modernización ~~adquirida~~ que han experimentado otros sectores. Históricamente, los abusos podrían encontrarse tal vez en lo que afirma Sebastián Auger sobre el papel que jugó el empresario en las últimas décadas. No sabemos si se les puede llegar a denominar "delegados del gobierno", pero es innegable que los diversos gabinetes, apoyados en la coacción y en la Ley de Prensa, ejercieron una fuerte tutela sobre el empresario de prensa pidiéndola a cambio una estricta disciplina ideológica. Hace algunos años, los periódicos entraron en esta crisis profunda que tratamos de analizar aquí. Fue el momento de la afluencia generalizada en otros sectores de las res-

vas técnicas de management en las que el marketing ha deslazado a la producción como preocupación prioritaria de los empresarios. Tomó cuerpo un nuevo perfil de manager, pero este ha rehuído la prensa por ser un sector deprimido donde son muy difíciles los éxitos espectaculares. Algunos de ellos, que entraron en empresas periodísticas, aprovecharon la primera ocasión favorable para abandonarlas. Así, las nuevas técnicas aportadas por el marketing, apenas se han introducido en las empresas españolas de prensa. En el campo de las publicaciones diarias nos encontramos con una gran mayoría de títulos cuya fundación se remonta a varias décadas y en la ciudad donde se editan gozan en general de un prestigio consolidado.

En épocas recientes pueden registrarse experiencias de la aplicación de un marketing moderno en el lanzamiento y la aplicación de algunas nuevas publicaciones y en intentos de revitalización de otros preexistentes, pero esto no es lo normal. En general, el éxito de títulos nuevos o del relanzamiento de productos más antiguos se cifra en la intuición de los promotores. De esta forma, nacen nuevos periódicos y se reestructuran otros muy a la ligera, de forma que, a nada que se hubieran estudiado sus posibilidades de éxito, las empresas promotoras se habrían ahorrado tiempo y dinero ya que el producto que se pretendía introducir, no tenía hueco en el mercado.

Para muchos empresarios con ideas arcaicas, las investigaciones de mercado no justifican sus altos costos, pues prescindiendo de estos estudios, la publicación puede llegar al mercado sin que aparentemente le falte nada. Entre los periodistas, existe también una reserva ante las investigaciones y los trabajos de mercado por causa de un excesivo ideologismo. El marketing, como producto típico del capitalismo, aparece a los periodistas como excesivamente economista de forma que técnicas que todo el mundo acepta cuando se trata de lanzar al mercado un artículo cualquiera de consumo, se rechazan cuando se trata de periódicos por razón del contenido ideológico del mismo.

ducto. En el fondo de estas actitudes he creído constatar a los largo de mis años de trabajo en prensa que sobre el tipo de diario o de semanario que hace falta en un momento concreto, casi todo el mundo se atreve a opinar -lo cual no sucede en otros sectores de la actividad económica- y existe una tendencia generalizada a pensar que la propia opinión es más acertada que los resultados de una investigación de mercado, por más perfectos que sean.

Hace falta un cambio, pues sostenemos que el rechazo del marketing moderno en las empresas periodísticas por parte de empresarios y periodistas constituye un arcaísmo cultural que solo ha contribuido hasta ahora, a que muchos intentos hayan pasado a engrosar la larga lista de experiencias fracasadas. Las técnicas de producción y ventas se han sofisticado sobremanera en las últimas décadas con procedimientos basados en la Psicología, en la Sociología Empírica, en la Publicidad y en las Relaciones Públicas, de forma que no utilizarlos constituye casi un suicidio frente a una competencia moderna.

El I Congreso de Periodistas de Catalunya, en sus conclusiones relativas a la empresa, pedía la existencia de auténticos empresarios. Su propuesta sigue siendo vigente. En el sector prensa hacen falta empresarios y ejecutivos abiertos a las modernas técnicas que no convierten tan sus empresas de información en operaciones al servicio de determinados grupos de presión ; es decir, que consideren a la información como un fin empresarial en si mismo, que intenten la integración de redacción y empresa no por la vía del paternalismo o de la coacción sino por el camino de la participación. Sólo así el factor empresa podrá convertirse en el eje vertebrados de una esperanzadora salida de la crisis.

Respecto al proceso técnico

El mayor problema al que se enfrentan las empresas periodísticas en el aspecto técnico, parece ser el exceso de personal en los talleres, exceso que se ha reducido por la aplicación de nuevas técnicas de verificación más avanzadas en los últimos años. Durante los últimos años han existido una serie de...



afecta negativamente a

las empresas periodísticas. El público actual, como todos sabemos, se ha acostumbrado a que el diario sea barato, a que no cueste por encima del precio de una taza de café en la barra de un bar, cuando es evidente que una taza de café tiene un coste sensiblemente inferior a un ejemplar de diario.

Papel, tintas, mano de obra, redacción y distribución sufren desde hace años un proceso de aumentos que no viene compensado ni por el incremento de las ventas, ni por el aumento de la cantidad y el precio de la publicidad, ni por el aumento del precio de venta del ejemplar. Por si sólo, ~~el factor costos~~ <sup>el factor costos</sup> habría podido ser determinante de la crisis. En el caso del papel, por ejemplo, hay años en que ha aumentado hasta un cincuenta por ciento.

Respecto a la ayuda del Estado a la Prensa

En los países occidentales con economía de mercado, la necesidad de que el Estado ayude a la prensa se planteó hace más de una década dada la situación de depresión a la que habían entrado las empresas de prensa, con un proceso irreversible hacia la concentración. Las ayudas a la prensa se fundamentaron en los preceptos constitucionales que defendían la libertad y la pluralidad informativa. La utilidad pública del sector prensa, la consideración de la prensa como factor estabilizador y la defensa del principio de la responsabilidad social que complementa y supera el puro liberalismo individualista fueron factores que estaban presentes en la mente del legislador. Para no caer en una exposición farragosa vamos a resumir los factores de ayuda a la prensa que hemos registrado en los países donde se practica la conciliación liberal.

- Tarifas especiales ventajosas
- Ayudas económicas directas
- Sujeción de las leyes a través, cuando conviene, de un procedimiento de algunas normas, de carácter de ley, que se refieren a la prensa.
- Limitación de impuestos y plazo por ellos.
- Exención de impuestos y otros beneficios.

- Subvenciones a fondo perdido
- Primas compensatorias de papel prensa
- Publicidad estatal (financiera, judicial, de interes cívico...)
- Reducciones de tarifas hasta el 50 por ciento al usar teléfonos y telegrafos.

-Desgravaciones y exenciones fiscales (12 % en el negocio total de la empresa periodística en Francia) , exenciones en tasas locales , descuentos a los periodistas en las declaraciones de renta, etc.)

-Servicios baratos por parte de las agencias oficiales y para - estatales de noticias.

-Subvenciones a la distribución

Esta variada gama de ayudas forman un completo panorama en el que empresarios y periodistas debemos comprometernos a trabajar para que quede reflejado en las futuras leyes que desarrollarán la Constitución Española en materia de ~~información~~ información.

Pero a corto plazo hay dos temas que el Estado debe resolver porque implican una competencia desleal demasiado tiempo tolerada: se trata de la supresión o al menos la limitación y control de la publicidad televisiva. El otro factor se refiere a la eliminación del actual sistema de financiación estatal de la prensa del Movimiento, buscando a estos diarios una solución que no perjudique los intereses de sus actuales trabajadores.

Respecto al público y a los contenidos

Los empresarios que han intervenido en esta encuesta han coincidido todos en que existe una grave crisis de lectores. El problema nos parece tan grave que debería promoverse un amplio estudio socio-psicológico sobre esta cuestión. Creemos que en Catalunya y en todo el Estado se está corriendo el riesgo de que la masa receptora de las comunicaciones de masa pase desde una situación de analfabetismo-utilizando esta palabra en un sentido más amplio que el que propone la Unesco- a una sociedad de cultura audiovisual en cuyas consecuencias no vamos a profundizar ahora, pero que serían gravísimas para la

cultura escrita.

En cuanto a los contenidos, es casi seguro que hemos asistido *durante los últimos años* a una excesiva politización de nuestra prensa que puede haber llegado a crear el rechazo , pero esto, así como los diferentes factores que inciden en los gustos del público no se puede resolver a ojo de buen cubero. La forma de conocer y resolver este problema, la hemos apuntado suficientemente al defender la necesidad de estudios de mercado promocionados conjuntamente por la empresa y la redacción con la asistencia técnica de una empresa especializada.

Conclusión

Podríamos profundizar mucho más en el tema de la crisis actual de la prensa, pero con la información aportada por los empresarios y su tabulación creemos que hemos logrado configurar el marco en el que se debate la crisis , lo cual, seguramente, nos permitirá elaborar unas propuestas de solución.

PROTESTAS

A los empresarios

-Inicio de contactos y negociaciones entre las diversas empresas para la creación de una distribuidora conjunta en Catalunya que recabe en apoyo económico de la Generalitat y del Gobierno.

-Estudio de las ventajas e inconvenientes que podría aportar la compra conjunta de papel prensa.

-Modernización empresarial con la introducción de una gestión moderna y con inversiones que permitan una reactivación de empresas y productos.

-Consideración de que la empresa periodística es una finalidad en si misma sin ponerla al servicio de cualquier grupo de presión.

A los periodistas

-Consideración global de la empresa periodística en la que la redacción es sólo una parte importante.

Al Estado

-Supresión inmediata de la publicidad en la Televisión Española.

-Solución a la crisis de la exprensa del Movimiento buscando una nueva fórmula empresarial que no afecte al erario público y salvando los derechos de los trabajadores.

-Elaboración de una ley de ayuda a la prensa, dirigida a los pequeños empresarios y periodistas.

-Elaboración de una auténtica política de papel

-Elaboración urgente de una política crediticia en consonancia con las necesidades del sector

-Introducción de la asignatura "Comunicación y comunicación de masas" en los programas del bachillerato.



ANEXES

## Opinió de El Correo Catalán"

### Causes

El principal motiu de la crisi es la baixa de venda, la crisi de lectors.

Actualment hi ha una pèrdua del 10 i o 12 % lectors/any. L'any 1978 aquesta baixa de lectors va ésser continua a tots els diaris. La Premsa ha deixat d'interessar al públic. Els augments de preu no poden haver influït massa

En materia de publicitat la competència de la televisió és molt gran. La publicitat a la televisió sembla que sigui cara però és molt més barata que a la Premsa. Comparativament les tarifes de publicitat de la Premsa són més cares que les de la televisió (relació preu/impacte).

El preu del paper només és un factor més però no és el decisiu. Ha tingut més incidència l'augment de salaris.

Les transmissions, sobre tot el telèfon, son caríssimes i el transport a Catalunya també ho és molt de car (A Madrid poden fer servir més el tran mentre que aquí la distribució es fa basicament mitjançant les camiones).

### Solucions

A llarg termini: acció sobre les escoles. Educar per a la lectura del diari. Fer un pla del sector com es va fer amb el tèxtil (les plantilles dels Tallers són excessives en general)

A mig termini: Reducció i concentració de punts de venda per a estalviar despeses de distribució (la distribució conjunta crearia tensions molt fortes entre diaris).

A curt termini: Fer productes que donin al lector alló que vol no alló que li volem donar. Una llei de Premsa d'ajuda a la Premsa però que tracti a la Premsa com a una empresa qualsevol, sense privilegis. Aquesta llei hauria de incloure la reducció de tarifes de transmissió i crèdits a la reconver per a la reconversió industrial pero no hauria de donar crèdits per a sufragar perdues continues. B'empresa de Premsa que perd i no funciona bé ha de plegar.

Opinió de "Diario de Barcelona"

Causas

La Premsa atravesaa una crisi gravíssima.

Les causes principals són la crisi de lectors, la crisi de les estructures empresarials (disfunció, renovació industrial, manca d'autèntics empresaris de Premsa) i problema de costos.

La crisi de lectors ve donada per aquests factors: manca de interés del públic envers els temes i el contingut que dona la Premsa actual; pèrdua de la capacitat de lectura del diari degut al fenomen de la televisió; i augment del preu de venda.

Solucions

A llarg termini: reestructuració pregona de les empreses (regularització de ~~imp~~ les plantilles de tallers i augment de les de Redacció) unida a un replantejament de la política industrial del sector centrada en un increment dels costos de Redacció i Distribució i una reducció dels de Tallers (pas a l'offset).

Concentració industrial d'empreses periodístiques (fer grups de Premsa).

Pluralització dels continguts ideològics de la Premsa.

A mig termini: Mancomunització de serveis, d'aprovisionament de paper i de distribució. Solució a l'antiga Premsa del Movimiento que ara ens fa una competència deslleial.

A curt termini: Subvencions de l'Estat a fons perdut o crèdits molt llargs a baix interés. Subvenció directa pel paper o abaratiment del paper interior. Limitació de l'Estat a la publicitat de TVE.

(12)

Opinió de "El Noticiero Universal"

Causas

Des de l'any 1976 ha baixat el volum de venda de Premsa a Catalunya. Això es degut a l'augment de preus dels diaris i a la competència de la televisió. Des de l'any 76 han sortit tres capçaleres noves i ha baixat la venda de tots. En lloc de incrementar-se el nombre de lectors resulta que són més diaris a repartir-se el "pastís" que hi havia abans: "els trossos són més petits". A més, ha baixat la freqüència de compra: no tots els lectors compren cada dia el diari, fenomen que temps enrera ~~era~~ era més general.

També contribueix a la crisi l'augment de costos de personal i paper.

Solucions

A llarg termini: educació des de l'infantesa en la lectura de diaris.

A mig termini: concentració industrial (a Barcelona només hi hauria d'haver tres tallers importants) i unificació de les xarxes de distribució.

A curt termini: crèdits a la modernització tecnològica; declaració a la Premsa com a ~~indústria~~ indústria de interès preferent; ajuda al capital circulant; fons d'ajuda procedent de la publicitat a televisió i repartit segons el volum de difusió controlat per OJD; solució al problema de la Premsa de titularitat ~~estat~~ estatal (som l'únic país on hi ha Premsa estatal i Premsa privada: la distinció entre una i altre, des del punt de vista empresarial es que la primera ~~pot~~ no pot quebrar mai i la segona pot quebrar).

## Causas

Manca de nous lectors, agreujat en el cas de l'Avui per la qüestió de la llengua. Els horaris espanyols no fomenten la lectura: la gent arriba tard a casa.

L'augment de preu dels diaris no és un factor determinant.

Les despeses de distribució, paper i la baixa de facturació de publicitat són els factors més característics de la crisi de la Premsa a Catalunya.

La publicitat ha baixat un 20 % aquest any en quan a insercions.

La distribució a Catalunya d'un diari com és l'Avui resulta cara perquè cal arribar a tots els recons del país encara que en molts d'ells es venguin pocs diaris.

L'obligació de comprar paper espanyol ~~XXXX~~ a preus més elevats que els del mercat internacional representa una mena de subvenció dels diaris a les papereres.

La peculiar gestió de les empreses periodístiques també pot incloure's com un dels factors de la crisi. La ~~majoria~~ majoria d'empreses de Premsa són familiars, de diverses generacions. La gestió empresarial potser està molt envellida i ara no es hi ha tocat més remei que canviar i buscar professionals de la gestió. Però l'executiu dedica una bona part del seu temps a la captació de recursos i no es pot dedicar a temes més creatius i de gestió general.

## Solucions

A llarg termini: educació en la lectura i campanya de promoció de la Premsa en general.

A mig termini: una distribuïdora comú a tots els diaris de Barcelona (les gelosies entre empreses dificulten aquesta operació). Llibertat de consum de paper de Premsa: s'hauria de poder importar paper. Reducció de tarifes de transmissions i transport. Els beneficis de la publicitat a Tv haurien de revertir a l'empresa informativa privada.

A curt termini: subvencions a fons perdut de l'estat però que les empreses periodístiques donessin els resultats dels seus balanços i es tiguessin disposades a ~~ser~~ ésser inspeccionades per l'administració. Aquesta subvenció hauria d'ésser proporcional a la difusió i als resultats econòmics de cada empresa per tal d'estimular tant la qualitat del diari com la bona gestió empresarial.

Opinión del "Grupo Zeta"

Causas

Ha bajado la difusión de diarios a lo largo de estos últimos años. La aparición de nuevas cabeceras no es un factor determinante de este descenso de difusión. La aparición de nuevos periodicos ha restado lectoras a los otros diarios pero el sector más importante de clientela de la nueva prensa está formado por nuevos lectores. Este fenomeno también se dió con anterioridad en el campo de las revistas.

En la baja de difusión interviene, por supuesto, la baja calidad de los diarios y más concretamente el hecho de que no den al lector aquello que espera de la Prensa moderna.

Un factor muy importante de la crisis es el coste del papel. Además, el papel español es de muy baja calidad y de alguna manera este dato puede influir en el rechazo del publico lector.

La distribución es otro de los problemas crónicos. La actual estructura de relaciones con los puntos de venta impiden que la empresa periodística pueda trazar su propia politica de distribución.

Soluciones

Se tiene que poner todo el empeño en hacer productos rentables. Hay buscar nuevos lectores entre los amplios sectores de la sociedad que no han accedido todavía al mundo de la lectura de diarios. La nueva Prensa tiene que estar menos condicionada por la politica y por los intereses inmediatos de las empresas editoras.

La distribución conjunta de todos los diarios de Barcelona mejoraría notablemente los costes economicos y tecnicos de este factor tan deficitario de la empresa periodística catalana. La distribuidora conjunta es una idea difícil de llevar a la practica por la rivalidad entre empresas.

La intervención de ayuda del estado tiene que ser limitada. La ayuda, si existe, debe ser igual para todos. La ayuda debe ser discriminatoria a todas en la difusión. La ayuda debe ser igual para todos respecto a los problemas de difusión y no a las condiciones de cada una.

presa. Otra intervención económica del Estado podría darse en las industrias papeleras. Debería producirse mejor papel, capaz de competir en calidad y precio en un mercado libre.

Causas

La crisis de la Prensa tiene sus orígenes en la acumulación de esta serie de factores:

- Exceso de politización de los contenidos de los diarios.
- Falta de integración entre Redacción y empresa.
- Carencia de humildad por parte de determinados ~~grupos~~ diarios para entender que la Prensa tiene que ser regional y no buscar un éxito a nivel español.
- Terrible aumento de los costes.
- Falta de hábito de lectura del español medio.
- El problema sindical que impide la mecanización del trabajo.
- Malos transportes.
- Competencia desleal e ilícita de la Prensa del Movimiento.
- El problema de la televisión que no marca unos topes a la publicidad.
- Falta de definición del modelo y de la ideología de cada diario.
- Falta de profesionalización de los que hacen los periódicos. Muchos periodistas usan el medio donde trabajan como un trampolín para sus ideas o para acceder a cargos.
- Falta de buena gestión y de plena dedicación de <sup>(algunos)</sup> ~~los~~ empresarios.

Los malos resultados obtenidos limitan la financiación para renovarse tecnológicamente.

Soluciones

- Mejorar la gestión empresarial a base de dedicación exclusiva.
- Diversificación de la empresa periodística dentro del mundo de la comunicación. Que sean empresas integradas de comunicación.
- La codificación y tecnificación de la noticia por medios electrónicos.
- Igualdad de tratamiento y protección para la empresa del Estado y la privada.
- Reducción de tarifas de transmisión y transporte.
- Créditos especiales para la renovación tecnológica.

Ayudas

- Ayudas directas a la Prensa por parte del Estado.



### Causas

En España la mayor parte de la responsabilidad de una Prensa enferma recae en los empresarios.

El empresario español al que se imponían el director, le compensaban el precio del papel, podía despedir a quien quisiera, le informaban a través de una agencia única y sufría la censura total, no era empresario. Era un simple delegado de un gobierno determinado a quien le habían regalado una licencia en situación de monopolio y exclusividad.

Por culpa de la ~~xxxxxxxxxx~~ autarquía e incluso por una ley de Prensa que abrió posibilidades, cerradas después jurisprudencialmente, los empresarios españoles no sabemos que hacer con nuestros productos en las manos.

Tecnológicamente las máquinas españolas, de los diarios impresos en España, están superadas. La tipografía exige, en rotativas importantes, una media superior a los mil hombres, cuando las tiradas de los diarios españoles representan un record negativo del mundo occidental.

### Soluciones

El desarrollo actual de la empresa periodística exige los siguientes supuestos: 1) elevada concentración de capital 2) especialización, responsabilidad y profesionalismo de los altos cargos ejecutivos y 3) amplio abanico de un pluralismo ideológico que sepan valorar los ciudadanos.

Un buen propósito resultaría el realizar periódicos que se inclinen moderadamente a los razonamientos y convicciones de sectores sociales de renta equilibrada o poder adquisitivo reducido, que hasta el momento ~~no~~ no han sido asiduos lectores de ningún diario.

Es auténtico que los periódicos resultan un negocio difícil, de estructura compleja, por las motivaciones de carácter personal y colectivo que presionan al producto; pero también es verdad que cuando la empresa se orienta de forma adecuada se gana tanto o más que en cualquier otro negocio.

Es posible garantizar la rentabilidad económica a través de un holding de medios de difusión que defienda la esencia de nuestro orden constitucional y democrático, y de un sistema económico donde se conjugue la libertad con la socialización progresiva de los beneficios.

LA POSICIO DELS PROFESSIONALS.-

Lluís Bassets

Crec que en encomanarme aquesta ponència sobre "La posició dels professionals de la premsa", en front de la profunda crisi que pateix el sector, se m'ha proposat una tasca pràcticament utòpica, sobre tot si es té en compte l'avant-títol "Possibles vies de solució". En acceptar-ho, però, m'he compromès, com a mínim, a oferir una guia temàtica per tal contribuir a un debat que venim ajornant des de fa massa anys i que a hores d'ara ja ens està costant molt i molt car. Vagi per endavant, per tant, l'explicitació dels límits d'aquets fulls, que ni es pretenen reflexe d'una posició dels professionals, ni podrien oferir vies de solució possibles. De fet, pel que fa a la posició dels professionals, crec que no existeix posicionament de cap tipus per part de tots nosaltres com a col·lectiu. I en quant a les vies de solució crec també que cal ésser francament pessimista davant la profunditat de la crisi i de la manca de reaccions col·lectives per part de la professió. També em cal excusarme per les limitacions personals d'aquets fulls, que no volen ni poden ésser un plantejament jurídic i econòmic sobre el tema.

Amb això puc avançar en l'exposició dels nivells en que es pot identificar la crisi de la premsa pel que fa referència als professionals, en el ben entès que no podem analitzar aquets nivells com a diferents efectes d'una crisi econòmica i tecnològica aliena a la professió periodística, del que aquesta en resultaria el subjecte passiu, una de les víctimes, juntament, està clar, amb el lector. Crec fermament que la crisi de la premsa l'hem d'encarar els professionals com una crisi de nosltres mateixos. La crisi del paper, la crisi econòmica i les seves repercussions en el terreny laboral, la crisi endèmica de lectura, el canvi tecnològic o l'actitud genèrica de la patronal del ram no ens excusen a la professió sencera

de les responsabilitats qu'ens pertoquen, i que son moltes, en el panorama confús i desolador tant de la premsa com del periodisme en aquets país. Aquets nivells de crisi professional es poden encarar, doncs, com a nivells de responsabilitats desateses per la col·lectivitat periodística.

1.- Responsabilitats ètiques. No hem sabut donar alternatives pràctiques a la deontologia professional del franquisme. Algunes de les corrupcions desterrades en els règims democràtics són entre nosaltres pràctica acceptada. Alguns dels mètodes propis del periodisme més grog, en canvi, han aflorat en la nostre democràcia despertant com a màxim indignació, però mai iniciatives concretes d'auto-regulació de la pròpia professió. L'elaboració d'un codi d'ètica professional -sense intromissions de cap mena- i la seva defensa posterior en front de les agressions exteriors i interiors és, en aquest sentit, una de les tantes feines pendents, de la qual caldrà parlar-ne més endavant.

2.- Responsabilitats en la formació professional. No hem sabut ésser autocrítics respecte a la preparació cultural i professional de tots nosaltres, emmirallats potser pel fals prestigi social -tradicional de la professió i pel prestigi cert aconseguit amb el paper democratitzador jugat per la premsa durant la transició política. No existeixen enquestes sobre els nivells de preparació, estudis i especialització de la professió periodística a Espanya, però no crec arriscada la sospita de que un tal treball sociològic ens situaria a nivells de misèria respecte als models europeus i anglo-saxons sempre esmentats entre nosaltres. Uns resultats semblants crec que s'obtidrien amb l'estudi de la llengua dels periodistes, degradada ja no pel legitim canvi lingüístic que produeix el contacte cotidià amb noves realitats i amb llengües estrangeres, sino també pel desconeixement o menyspreu de la mateixa llengua. La mobilització de tota la capacitat organitzativa de la professió per la creació de plans de reciclatje i per -

l'obtenció de les empreses i de l'estat d'avantatges de cara a la formació permanent, crec que hauria d'ésser un altre dels temes a plantejar col·lectivament si ens cal i volem donar alternatives a la crisi.

3.- Responsabilitats associatives i sindicals. Els anys de la crisi coincideixen amb el desballestament de la professió des del punt de vista associatiu i sindical. L'interès pels problemes col·lectius existent en un ampli cercle de periodistes ha anat disminuït paulatinament ja des dels darrers anys de la dictadura, i avui crec que podem calificar l'actitud de tots nosaltres com de tendència a la inhibició per tot el que depassi els problemes individuals, a la insolidaritat respecte als altres companys i a la inconsciència respecte al futur que ens espera si no hi posem alguna cosa de la nostra part. En els darrers anys hem vist com anaven fracassant una darrera l'altre totes les iniciatives de caire col·lectiu: el grup democràtic de periodistes, les propostes de sindicalisme unitari, la comissió de defensa de la professió, la mateixa Associació de la Premsa gairebé limitada a la funció assistencial (i no per desig de la junta directiva sino d'uns associats que no assisteixen a les reunions, ponències i convocatories de la junta), el Congrés de Periodistes i la proposta d'un Institut Català de la Informació, etc.

El que està en crisi, doncs, és tota una concepció del periodisme, del que és el periodista, i el que caldrà en front d'aquesta situació serà una presa de posició ben clara. Per una part, es pot considerar que tot el poc que ens resta pertany a una situació que ja no existeix, i que en conseqüència el que cal es deixar morir el que és vell. Per l'altre es pot creure que no és aquesta la millor ocasió per deixar que les forces en acció actuïn lliurement, i que el que cal és una intervenció urgent contant amb el poc que tenim, que avui a Barcelona és encara l'Associació de la Premsa i molt poca cosa més. Limitarse a la primera posició

afavoreix encara més, segons el meu parer, a una resolució dolorosa i cara en costos socials i polítics de l'actual crisi de la premsa. La segona potser no té massa futur i a les altures en que estem és difícil creure que sorti consciència individual d'un lloc a on gairebé és majoritaria la inhibició o la insolidaritat.

En qualsevol cas, i sigui quina sigui l'estratègia que es tingui en consideració, hi ha unes tasques professionals a escometre que són ben clares, El problema és saber, potser, si per fer-ho és millor partir d'una absoluta tabula rasa o si realment s'ha de contar amb el poc que resta de l'anterior situació, les associacions de la premsa fonamentalment, en la mesura en que es pugui capitalitzar en sentit progressiu.

La primera tasca que jo voldria plantejar a discussió, i que em sembla absolutament prioritaria en el moment actual és l'elaboració d'un estatut de la professió periodística. Durant massa anys hem estat acostumats a que l'Estat actués de forma absolutament abusiva respecte a molts terrenys de la vida social. Existeix encara avui una consciència difosa de que les reformes en la professió hauran de venir donades per la via normal d'elaboració de la legislació. Crec que si així penséssim sobre l'estatut de la professió cauríem en un error greu, doncs el legislatiu és lent i les possibilitats de que hi hagi acord entre els partits majoritaris i la professió no són segures. A més, hi ha un problema de principi: determinar qui és i no és periodista, determinar els seus deures i drets, les seves formes de participació en el treball redaccional, les cauteles a pendre per defensar el dret de lliure expressió i la llibertat de informació, i tot això és competència fonamental dels periodistes. També és competència nostre el preocuparnos per imposar aquest estatut a les empreses, i ho és també aconseguir que la llei consagri més tard allò que s'ha convertit en pràctica usual. Però ens enganyariem si volguéssim

esperar a que els polítics ens resolguessin el problema. Aquest estatut, a més a més, pot ésser un element important de clarificació i resolució de la crisi. Només per posar un exemple: avui, gràcies a la nostra miopia, les empreses poden contractar i mantenir durant anys a persones sense títol professional, que treballen de i com professionals i que resten amb sous d'una categoria inferior. Devant aquest exemple només hi caben dos postures: o retornar a la filosofia ja caducada i denunciar a les persones que actuen com a periodistes sense títol per intrusisme, o variar el concepte del que és un periodista i exigir la remuneració habitual per aquestes persones tot donant-els-hi els drets professionals. El que fem és no fer res, en benefici exclusiu de les empreses que preferixen la subcontractació.

El primer punt, doncs, del futur estatut de la professió periodística, a plantejar com a tasca exclusiva de la mateixa professió, és definir què és un periodista, qui ho és i qui no ho és, al marge de títols i registres heredats del franquisme. No és aquí el lloc a on s'han de proposar definicions, però sí, com a mínim, apuntar que caldrà pendre opcions clares que, vegades, poden ésser excluïents entre si. L'actual registre oficial, que ja és en mans de la Federació d'Associacions de la Premsa, pot suposar algunes avantatges, però sens dubte presenta també inconvenients, com és el fet de que el criteri d'inscripció no és el de la professionalitat, i per tant no defineix realment el que és un periodista. La figura mateixa del periodisme en actiu, que presuposa l'existència d'un periodisme passiu, ha de ser objecte de revisió. I no diguem ja la qüestió mateixa del títol de periodista -que és la consideració acadèmica del periodista i no la de la professionalitat.

El còs del futur estatut del periodista haurà d'estar ocupat,

fonamentalment per la descripció de drets i deures, alguns dels quals hauran d'ésser contemplats en altres nivells d'estatuts i reglamentacions. Crec que hem d'entendre, però, que l'estatut del periodista ha d'ésser més la nostra plataforma professional a reivindicar i imposar que l'objecte d'una activitat legisladora. Per sort, dins d'aquest capítol, podem contar amb una base legal a desenvolupar: la clàusula de consciència.

Contemplada a l'article 20-1-d de la Constitució, la clàusula de consciència ha de rebre un posterior tractament en algun tipus de llei. Em sembla, però, que el protagonisme de la professió, establint de forma unitaria com ha d'ésser aquesta clàusula i començant a imposarla, és la condició sine qua non d'una legislació progressiva sobre la matèria. En cas contrari ens podem trobar amb que tot queda en l'enunciat de bones intencions de la Constitució. La proposta concreta de clàusula de consciència crec que no hauria d'ésser inferior en cap cas a l'establerta per la legislació francesa -que ja és força modesta- de fer-la equivalent a la indemnització per acomiadament improcedent. Donat que la clàusula de consciència no resol, però, el problema de la llibertat d'informació del periodista, i que la professionalitat és difícil d'avaluar amb diners, crec que s'ha de tendir a fer-la el més fort possible, tot i creant algun tipus de instància arbitral que garanteixi l'honestetat i procedència de les reserves de consciència que un professional pugui plantejar en un moment determinat.

Dins la mateixa línia de garantir la llibertat d'informació i de consciència ens caldrà lluitar per un estatut de l'empresa periodística que limiti els poders omnipotents i arbitraris del diner en les empreses de servei públic que són la premsa, però - avans ens caldria també incloure com a drets del periodista els

següents:

- dret a gaudir d'un estatut de redacció dins de cada mitjà, pactat lliurement entre l'empresa i els professionals, i amb la participació de les entitats sindicals i/o professionals representatives de cada un dels estaments, que fixi clarament el terreny de joc, la línia del diari, les obligacions laborals, les formes de participació en la gestió professional del mitjà, les formes de control del compte d'exploració, de les tirades i difusió real, de les subvencions estatals, etc.

- dins la mateixa línia, dret a participar en les decisions de caire estrictament professional que el director i/o l'empresa puguin pendre. En aquest sentit cal reivindicar i institucio<sup>u</sup>nalitzar els consells de redacció amb participació democràtica de tota la redacció, com a òrgan bàsic per l'establiment de la línia informativa -tot i entenguent que la línia editorial no és competència directa de la redacció.

- dret a negarse explícitament a realitzar un acte o a manifestar una opinió que segons la consciència del periodista pugui contravenir els principis de la professió o l'ètica personal, sense que de la negativa pugui derivar cap mena de represalia.

La taula de drets del periodista s'haurà d'extendre sobre molts altres punts, però crec que cal assenyalar-ne dos, que afecten molt directament a la seva funció social i que potser no han estat tampoc prou reivindicats:

- dret a rebre una remuneració pel seu treball en consonància amb la seva funció social i que garanteixi la seva independència.

- dret a les fonts d'informació i a rebre tota mena de facilitats per part de totes les instàncies públiques o finançades amb diner públic, que per tant tenen una especial obligació de facilitar el dret a la informació.

El capítol de deures caldria segurament incloure'l dins d'un



Codi d'Ètica Professional, qu'establís les penalitzacions d'ordre professional a imposar per un tribunal exclusivament professional, i amb garanties d'independència, a qui infringís els preceptes del Codi. El Codi hauria de definir criteris de veritat i honestetat informatives: publicar només les informacions confirmades com a notícia, i en cas contrari fer constar que no ha estat confirmada; fer constar sempre la font de l'informació i el nivell de credibilitat de la mateixa; no silenciar fets o circumstàncies que formin part de l'informació; no modificar opinions de tercers; no utilitzar mitjans deshonestos per tal de obtenir una informació; rectificar les informacions inexactes, etc.

Tot un altre part hauria d'estar dedicada a les incompatibilitats de la professió periodística, amb l'objectiu de garantir la independència: delimitar molt clarament la frontera amb la publicitat, amb prohibició expressa de realitzar cap feina relacionada amb aquest camp, inclòs el publi-reportatge. Dins d'aquest apartat caldrà lluitar a més a més perquè tots els mitjans facin servir la Paraula "publicitat" a la capçalera de tot text pagat com forma de definició clara.

Caldrà també prohibir l'exercici de càrrecs públics o privats al marge de l'exercici professional, que puguin suposar una limitació de l'independència professional, una avantatge en l'obtenció de informacions o una avantatge en el tractament informatiu de l'entitat no periodística en que hi treballés un professional. Aquest fet crec que és especialment greu al nostre país, i que no es concebible la seva tolerància oberta en una organització professional lliure i democràtica.

Finalment, un altre punt que segurament caldrà tractar dins del Codi d'Ètica és el secret professional, curiosament contemplat fins ara més com a dret que com el deure que és. En aquest

sentit la professió sencera s'ha d'obligar a si mateixa a no revelar en cap cas les fonts informatives que li arribin al periodista en funció de la confiança que la professió inspire -i ha d'inspirar- a tot el còs social. Ens cal reivindicar el mateix estatut que la societat reconeix al sacerdot o al metge. Però ens cal també, per part de la col·lectivitat professional, disciplinar-nos nosaltres mateixos en un exercici legítim i digne del secret professional, per tal de que no esdevinguem patent de cors per tal de fer afirmacions no fonamentades o fins i tot falses.

Finalment, pel que fa referència a l'autocontrol de la professió, crec que hi ha un tema, potser no estrictament d'ètica professional, però que afecta en qualsevol cas a la posició dels professionals en front de la crisi. Es tracta dels casos molt freqüents de periodistes que ocupen dos llocs de treball en mitjans informatius, cas molt diferent al del professional que, pel seus mèrits o pel seu prestigi compta amb un número important de col·laboracions, o sovinteja la publicació de llibres relacionats amb la seva activitat periodística. El meu parer, que voldria posar aquí a discussió, és que des de l'òptica sindical és difícil de defensar la situació d'aquests companys, que de fet prenen un lloc de treball al gran número de aturats que hi ha en la professió. Insisteixo, però, que el tema no te res a veure amb els ingressos legítims que qualsevol periodista pugui obtenir posant en joc el prestigi i la vàlua del seu treball, sino fonamentalment amb l'ocupació de dos places de redactor, o a vegades de llocs superiors, quan tots sabem perfectament que fer ben feta la feina que exigeix una sola plaça de treball és gairebé incompatible amb una plaça de treball fixe a un altre mitjà informatiu.

El tema de l'estatut de l'empresa periodística presenta més

dificultats, entre altres coses perquè no està a la mà dels professionals la consecució d'una legislació progressiva, malgrat poguem fer-hi molt per millorar-la. El punt de partença hauria d'ésser la consideració de l'informació com un servei públic, com de fet es reconeix en nombroses declaracions i acords d'organismes internacionals que s'han ocupat del tema. Com a servei públic d'una societat que es preten democràtica, l'estat ha de garantir el pluralisme i ha de protegir al ciutadà contra els intents de convertir la premsa o els mitjans en general en instrument de poder polític. Per tot això no crec gens arriscat afirmar que en el nostre país ens trobem en una situació gairebé diametralment oposada. L'estatut de l'empresa periodística, que limiti el camp d'acció abusivament ampli en aquets moments de les empreses informatives és, doncs, un problema de tot ciutadà i no tan sols del periodista. Més greu encara és el fet de que l'Estat estigui subvencionant a la premsa amb criteris d'afavorir als grans diaris i cadenes.

Avans que res, em semblaria de fonamental importància que la professió periodística elaborés un projecte de llei anti-trust per les empreses informatives, de forma que s'introduïssin importants correctius a l'actual tendència a la concentració, tendència que perjudica no tan sols a la professió, sino també al ciutadà en general, tant en quant constitueix una limitació del pluralisme informatiu. Un element fonamental d'aquest projecte hauria d'ésser l'exclusió de les empreses monopolístiques de qualsevol tipus de subvenció pública.

Pel que fa a l'estatut de l'empresa, aquest hauria de contemplar, en primer lloc, la obligatorietat de transparència en la propietat del capital, de manera que fós impossible l'existència

d'homes de palla, societats interposades i maniobres obscures en la composició del capital. Potser caldria en aquest sentit obligar a que les accions de les empreses de premsa fossin nominals. Però caldria també fer acomplir la llei actual, que obliga a publicar anualment la composició del consell d'administració. I caldria també anar més lluny exigint la publicació del compte d'explotació del diari, dins un balanç anual a on hi figuressin totes les partides, inclosos els ajuts de l'estat. El falsejament de dades hauria d'estar penat no tan sols pels efectes fiscals que pogués comportar sino també pel frau que suposa per l'opinió pública. El mateix caldria fer amb les tirades i la difusió real de la publicació.

El caire especial de les empreses informatives hauria de permetre un major control dels professionals sobre la marxa de l'empresa. Totes les dades esmentades en el paràgraf anterior haurien d'estar a la disposició dels periodistes amb caracter d'obligatorietat. Es totalment abusiva la situació actual en que el professional pot ignorar qui és realment el propietari dels seu mitjà, o quina és la venda real del producte que cada dia escriu.

En aquesta línia l'estatut hauria d'afavorir la participació dels treballadors de premsa en la propietat de l'empresa, entesa aquesta participació no com a individual sino com a colectiva (cooperativa) de redactors i treballadors de premsa: en primer lloc per assegurar la presència als consells d'administració amb la consegüent garantia d'informació a la resta de companys; en segon lloc, per augmentar el poder de decissió professional dins les decissions de l'empresa. Caldria, de fet, aconseguir el reconeixement legal de la fórmula de la societat de redactors, basada en la societat de beneficis limitats -molt semblant en alguns aspectes a la fundació prevista en la legislació espanyola.

Una tal fórmula legal podria permetre, aleshores, reivindicar que els ajuts a la premsa anessin només a les empreses que adoptessin aquest tipus d'organització. Però en una perspectiva realista ens cal esperar un futur no massa esperançador per les societats de redactors. En canvi, ens cal, ja d'entrada, posar en marxa una certa campanya de cara a una variació substancial en la política de subvencions estatals.

Cladria en aquest sentit elaborar una proposta de fons estatal per empreses en crisi que dongués prioritat als diaris i publicacions amb propietat cooperativa, i amb accionariat popular, i que no inclogués entre les seves beneficiaries a les empreses a on fós demostrable l'existència d'una mala gestió empresarial. Així mateix, aquella premsa que no acomplís una definició mínima del que és un periòdic d'informació d'interés general hauria d'ésser també exclosa. Aquesta definició passa a molts països per la dedicació del 50 per cent del total del diari a informació, excloent les pàgines d'entreteniments.

Hauriem d'exigir, també, que les empreses subvencionades s'avinguessin a acceptar estatuts de redacció pactats lliurement per tal de poguer rebre els ajuts públics.

fons estatal per empreses en crisi, caldria obtenir un

Així mateix, i pel que fa referència a aquest fons especialitzat per tal de subvencionar la premsa redactada en les diferents llengües de l'estat que es troben en situació de desavantatge respecte a la premsa en castellà.

Finalment, per cloure aquestes planes, no voldria deixar en el tinter una reflexió a partir de la posició empresarial respecte a la crisi econòmica. Devant el monopoli publicitari que és la televisió, davant la crisi del paper i tots els altres factors

que dificulten la marxa de les empreses, la patronal demana ajut a l'estat. Devant nostre, els professionals, l'empresa demana marges més amplis per la lliure empresa, tant per reduir plantilles com per arrabassarnos els pocs espais d'expressió de la professió -com podrien ésser, doncs tampoc ho son de fet, els fulls del dilluns. Hem sembla que, en aquest sentit, cal exigir coherència: si volen lliure empresa els primers en enfonsarse seran ells, encara que nosaltres en paguem un preu prou car. Però si no, hem d'exigir que l'intervenció de l'estat sigui coherent i no afavorint unicament als que ja son els més afavorits, tan en la competència entre les mateixes empreses com entre empreses i treballadors.

**EXTRAITS DU  
CODE DU TRAVAIL**

**TITRE 6, CHAPITRE 1:  
Journalistes professionnels (1)**

**SECTION PREMIERE**  
*Dispositions générales*

**Article L. 761-1.**

Sous réserve de ce qui est dit au présent chapitre, les dispositions des livres I à VI du code du travail sont applicables aux journalistes professionnels et assimilés.

**Article L. 761-2.**

Le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources.

Le correspondant, qu'il travaille sur le territoire français ou à l'étranger, est un journaliste professionnel s'il reçoit des appointements fixes et remplit les conditions fixées au paragraphe précédent.

Sont assimilés aux journalistes professionnels les collaborateurs directs de la rédaction : rédacteurs-traducteurs, sténographes-rédacteurs, rédacteurs-reviseurs, reporters-dessinateurs, reporters-photographes, à l'exclusion des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent, à un titre quelconque, qu'une collaboration occasionnelle.

Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel au sens du premier alinéa du présent article est présumée être un contrat de travail.

Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties.

(1) Les articles L. 761-1 à L. 761-16 du Code du Travail reprennent pour l'essentiel la loi du 29 mars 1935 portant statut des journalistes professionnels. L'article L. 761-2 a été modifié par la loi du 4 juillet 1974, dite « loi Croissant » du nom de son rapporteur, qui a notamment ajouté les deux derniers alinéas permettant aux pigistes de bénéficier des droits des journalistes professionnels salariés.

périodiques régionaux et la Fédération française de la presse périodique)

- Fédération Nationale des Agences de Presse
- Agence France-Presse

**Organisations de Journalistes :**

- Syndicat National des Journalistes (SNJ)
- Syndicat des Journalistes Français CFDT (SJF-CFDT)
- Syndicat National des Journaliste CGT (SNJ-CGT)
- Syndicat Général des Journalistes CGT-FO (SGJ-FO)
- Syndicat Chrétien des Journalistes CFJC

# LE CONSEIL DE L'EUROPE ET LA PRESSE

*Les différentes instances du Conseil de l'Europe se sont penchées à plusieurs reprises sur les problèmes de la presse et de sa liberté.*

*Nous publions ici un texte adopté à l'unanimité en 1970 par l'assemblée consultative (Parlementaires), une résolution du comité des ministres en 1974 et un projet de recommandation préparé par une des commissions de l'Assemblée parlementaire.*

## DÉCLARATION SUR LES MOYENS DE COMMUNICATION DE MASSE ET LES DROITS DE L'HOMME

(adoptée à l'unanimité le 23 janvier 1970 par l'Assemblée Consultative du Conseil de l'Europe)

### A. Statut et indépendance de la presse et des autres moyens de communication de masse.

1. Bien que n'étant pas généralement des institutions publiques, la presse et les autres moyens de communication de masse exercent une fonction essentielle dans l'intérêt général du public. Pour leur permettre de s'acquitter de cette fonction conformément à l'intérêt public, il convient d'observer les principes suivants.

2. Le droit à la liberté d'expression doit s'appliquer aux moyens de communication de masse.

3. Ce droit doit inclure la liberté de rechercher, de recevoir, de communiquer, de publier et de diffuser des informations et des idées, ce qui implique, pour les pouvoirs publics, le devoir correspondant de communiquer, dans des limites raisonnables, des informations relatives aux questions d'intérêt public et, pour les moyens de communication de masse, celui de fournir des renseignements complets et variés sur les affaires publiques.

4. L'indépendance de la presse et des autres moyens de communication de masse vis-à-vis du contrôle de l'Etat doit être inscrite dans la loi. Toute violation de cette indépendance doit être justiciable des tribunaux, et non du pouvoir exécutif.

5. Aucune censure, directe ou indirecte, ne doit être exercée sur la presse ni sur le contenu des émissions de radiodiffusion et de télévision. Des restrictions peuvent toutefois être imposées dans les limites autorisées par l'article 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme. La teneur des émissions de radiodiffusion et de

télévision ne doit faire l'objet d'aucun contrôle de la part de l'Etat, sauf dans les conditions prévues au paragraphe 2 dudit article (\*).

6. L'organisation interne des moyens de communication de masse doit garantir la liberté d'expression des rédacteurs responsables, dont l'indépendance éditoriale doit être préservée.

7. L'indépendance des moyens de communication de masse doit être protégée contre les dangers des monopoles. Les conséquences des concentrations dans le domaine de la presse et les mesures éventuelles d'aide économique doivent faire l'objet d'un examen plus approfondi. Ni les entreprises privées, ni les groupes financiers ne doivent pouvoir instaurer un monopole dans les domaines de la presse, de la radio ou de la télévision; les monopoles contrôlés par les gouvernements doivent être interdits également. Les

(\*) Art. 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme :

- 1) « Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.
- (2) L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions, prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire.



particuliers, les groupes sociaux, les administrations régionales ou locales doivent avoir - dans la mesure où ils se conforment aux dispositions nécessaires à la délivrance d'une autorisation - le droit d'entreprendre de telles activités.

8. Des mesures particulières sont nécessaires pour garantir la liberté des correspondants à l'étranger, y compris le personnel des agences de presse internationales, afin de permettre au public de recevoir des informations exactes de l'étranger. Ces mesures doivent porter sur le statut, les devoirs et les privilèges des correspondants à l'étranger et protéger ceux-ci contre les expulsions arbitraires. Elles impliquent pour eux le devoir correspondant de donner des informations exactes.

#### B. Mesures destinées à garantir la responsabilité de la presse et des autres moyens de communication de masse.

Il incombe à la presse et aux autres moyens de communication de masse de s'acquitter de leurs fonctions avec le sens de leur responsabilité envers la collectivité et les particuliers. Il est souhaitable d'instituer à cet effet (lorsqu'ils n'existent pas encore) :

a) une formation professionnelle volontaire des journalistes, placée sous la responsabilité des journalistes eux-mêmes ;

b) un code de déontologie pour les journalistes, qui devrait porter notamment sur les points suivants : exactitude et équilibre des informations publiées, rectification des informations inexactes, distinction claire entre les informations et les commentaires, nécessité d'éviter toute calomnie, respect de la vie privée, respect du droit à un jugement équitable, tel que garanti par l'article 6 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme ;

c) des conseils de la presse habilités à enquêter et même à infliger un blâme en cas de conduite incompatible avec les normes de la profession en vue d'obtenir une autodiscipline de la presse.

#### C. Mesures destinées à protéger l'individu contre toute ingérence dans l'exercice de son droit au respect de sa vie privée.

1. Il existe un domaine dans lequel l'exercice du droit à la liberté d'information et à la liberté d'expression est susceptible d'entrer en conflit avec le droit au respect de la vie privée garanti par l'article 8 de la Convention des Droits de l'Homme (\*). L'exercice du premier de ces Droits ne doit pas entraîner la suppression du deuxième.

2. Le droit au respect de la vie privée consiste essentiellement à pouvoir mener sa vie comme on l'entend avec un minimum d'ingérence. Il concerne la vie privée, la vie familiale et la vie au foyer, l'intégrité physique et morale, l'honneur

et la réputation, le fait de ne pas être présenté sous un faux jour, la non-divulgaration de faits inutiles et embarrassants, la publication sans autorisation de photographies privées, la protection contre l'espionnage et les indiscrétions, la protection contre l'utilisation abusive des communications privées, la protection contre la divulgation d'informations communiquées ou reçues confidentiellement par un particulier. Ne peuvent se prévaloir du droit à la protection de leur vie privée les personnes qui, par leurs propres agissements, ont encouragé les indiscrétions dont elles viendraient à se plaindre ultérieurement.

3. Le respect de la vie privée d'une personne mêlée à la vie publique soulève un problème particulier. La formule « la vie privée s'arrête là où commence la vie publique » ne suffit pas à résoudre ce problème. Les personnes qui jouent un rôle dans la vie publique ont droit à la protection de leur vie privée, sauf dans les cas où celle-ci peut avoir des incidences sur la vie publique. Le fait qu'un individu occupe une place dans l'actualité ne le prive pas du droit au respect de sa vie privée.

4. Un autre problème particulier est posé par les efforts déployés en vue d'obtenir des informations au moyen de procédés techniques modernes (tables d'écoute, microphones cachés, emploi d'ordinateurs, etc.) qui violent le droit au respect de la vie privée. Ce problème doit faire l'objet d'un examen plus approfondi.

5. Afin de lutter contre ces dangers, la législation nationale doit prévoir le droit d'intenter une action en justice contre les personnes qui se seraient rendues coupables d'atteintes de cette nature au droit au respect de la vie privée.

6. Le droit au respect de la vie privée garanti par l'article 8 de la Convention des Droits de l'Homme doit protéger l'individu non seulement contre l'ingérence des pouvoirs publics, mais aussi contre celle des moyens de communication de masse. La législation nationale doit comporter des dispositions garantissant cette protection.

(compte rendu officiel des débats de l'Assemblée Consultative du Conseil de l'Europe - AS (21) C.R. 18, p. 374 et suivantes).

(\*) Art. 8 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme :

- 1) « Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance »
- 2) Il ne peut y avoir ingérence d'une autorité publique dans l'exercice de ce droit que pour autant que cette ingérence est prévue par la loi et qu'elle constitue une mesure qui, dans une société démocratique, est nécessaire à la sécurité nationale, à la sûreté publique, au bien-être économique du pays, à la défense de l'ordre et à la prévention des infractions pénales, à la protection de la santé ou de la morale ou à la protection des droits et libertés d'autrui. »

## RÉSOLUTION (74) 43 SUR LES CONCENTRATIONS DE PRESSE

adoptée par le Comité des Ministres  
le 16 Décembre 1974  
lors de la 240<sup>e</sup> réunion des Délégués des Ministres

Le Comité des Ministres :

1. - Considérant la nécessité d'assurer le respect du droit à la liberté d'expression garanti par l'article 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme, y compris celui de recevoir et de communiquer librement des informations ;
2. - Persuadé de l'importance capitale que revêt, à cet égard, la possibilité pour le public de disposer d'une grande diversité de sources d'informations et d'opinions ;
3. - Conscient du rôle primordial qui revient à la presse écrite dans la sauvegarde de cette diversité d'informations et d'opinions à l'usage du public ;
4. - Partageant les inquiétudes souvent exprimées selon lesquelles une diminution du nombre total de journaux possédant leur propre unité rédactionnelle complète ou une concentration du contrôle effectif d'un nombre croissant de tels journaux entre les mêmes mains, risque de porter atteinte aux droits garantis par l'article 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme ;
5. - Convaincu qu'une telle diversité des informations et des opinions dépend dans une mesure non négligeable du bon fonctionnement de la concurrence entre les journaux, sans contester pour autant que dans certains cas une évolution vers des entreprises de plus grande taille puisse consolider la situation économique de la presse et améliorer sa position et sa tenue ;
6. - Conscient toutefois du danger que pourrait présenter pour la liberté de la presse et le libre exercice du choix du public le fait de figer d'une manière durable la structure existante de la presse ;
7. - Reconnaissant que la situation de la presse n'est pas du tout la même dans les différents pays membres en raison notamment de facteurs tenant à la géographie, à l'histoire, aux habitudes de pensée et aux conditions économiques ;
8. - Persuadé néanmoins que s'offrent aux pouvoirs publics plusieurs formes d'action, notamment les différentes formes d'aides - générales, spécifiques ou sélectives - telles qu'elles ont été définies à l'Annexe I du rapport mentionné ci-dessous, lesquelles si elles sont judicieusement adaptées, pourraient dans certains cas et pour un certain temps contribuer à limiter ou freiner le phénomène de concentration ;
9. - Vu le rapport du Comité d'experts qui accompagne la présente Résolution,

### RECOMMANDE AUX GOUVERNEMENTS DES ETATS MEMBRES

d'examiner les propositions qui suivent à la lumière de leurs possibilités d'application, dont ils demeurent seuls juges, compte tenu de la situation particulière de chacun des Etats membres :

1. - Certaines mesures d'aide publique à la presse, si elles sont judicieusement adaptées, peuvent assurer, dans les limites indiquées plus loin, la survie de journaux, possédant leur propre unité rédactionnelle complète, menacés de disparition ou de rachat par suite de difficultés financières ;
2. - Lorsqu'une aide revêt un caractère sélectif elle devrait être limitée à la fois en volume et dans le temps, accordée sur la base de critères objectifs, et réservée en principe aux seuls journaux dont les difficultés peuvent être, quant à leur cause, éliminées par l'octroi d'une telle aide ;
3. - Sans préjudice de dispositions dont les gouvernements des pays membres conservent l'initiative, eu égard à la structure et à la situation particulière de la presse dans leur pays, une aide capable d'atteindre l'objectif défini ci-dessus semble pouvoir résulter de mesures telles que :
  - a. - l'institution d'un fonds de presse, permettant à des journaux relativement mal placés sur le marché d'obtenir des subventions ou des prêts à des conditions particulièrement favorables en vue d'améliorer leur position concurrentielle ;
  - b. - l'octroi à certaines catégories de journaux en position défavorable et donc contraintes de s'adapter à des changements de conditions structurelles, d'aides spécifiques résultant par exemple d'une modulation des aides décrites au Chapitre V du rapport ci-annexé ;
4. - Les gouvernements qui accordent déjà une aide économique à la presse sous une forme ou sous une autre, devraient en réexaminer les modalités afin d'éviter tout ce qui pourrait constituer un encouragement involontaire et fortuit au processus de concentration, sans cependant perdre de vue que, là où elle existe, une telle aide fait partie intégrante des conditions d'existence de la presse et qu'une diminution subite de cette aide risque de précipiter la disparition ou le rachat de journaux en proie à des difficultés financières ;

5. - Lorsqu'un gouvernement est habilité à interdire la prise de contrôle d'un quotidien par un groupe de presse contrôlant déjà plusieurs autres journaux, et au cas où il apparaîtrait clairement qu'un rachat de cette sorte menacerait gravement la liberté d'expression et le droit à l'information, ledit gouvernement, s'il n'a pas déjà qualité pour accorder une assistance financière au journal dont le rachat a été refusé dans l'intérêt public, devrait prendre les dispositions nécessaires pour se doter de pouvoirs qui lui permettent le cas échéant d'en décider l'octroi ;
6. - Les gouvernements devraient encourager toute action destinée à rationaliser les méthodes de

production et de distribution des journaux en vue de réduire les coûts de publication, sous réserve que les journaux les moins bien placés sur le marché puissent également en bénéficier et que, dans le cas d'ententes particulières ou d'accords de coopération technique entre différents journaux, l'indépendance de chacun d'eux puisse être garantie et respectée ;

7. - Enfin, les gouvernements devraient stimuler les efforts d'adaptation déployés par la profession elle-même pour trouver les moyens de surmonter ses difficultés, notamment en opérant les changements qu'exige la complémentarité devenue nécessaire avec l'audio-visuel.

## PROJET DE RECOMMANDATION

présenté par la Commission des questions politiques  
de l'Assemblée Parlementaire, le 21 Janvier 1975

L'Assemblée,

1. - Rappelant sa Résolution 534 (1972) relative aux concentrations de presse ;
2. - Se félicitant de l'adoption par le Comité des Ministres, le 16 Décembre 1974, de la Résolution (74) 43, qui représente l'aboutissement de l'œuvre importante et remarquable accomplie par le Comité d'experts sur les concentrations de presse ;
3. - Exprimant à nouveau sa préoccupation devant la menace virtuelle ou effective que fait peser sur la diversité de la presse le partage du marché entre un nombre de plus en plus réduit de journaux ou de chaînes de journaux ;
4. - Persuadée que la diversité de la presse, élément fondamental de la liberté d'expression, est une condition préalable de tout régime politique démocratique ;
5. - Constatant que la conjoncture économique actuelle a, sur la situation de la presse, des répercussions particulièrement fâcheuses, qui mettent en danger la viabilité financière de tous les journaux et l'existence même des plus faibles, et que, dans ces conditions, la nécessité de mesures d'aide publique à la presse peut s'en trouver accrue ;
6. - Estimant, toutefois, qu'il est également possible et nécessaire de remédier aux difficultés que connaît la presse par des mesures autres qu'une simple aide économique, et qu'à cet égard le Conseil de l'Europe a un rôle à jouer pour assurer la coordination de ces mesures à l'échelle européenne, compte tenu des dispositions de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme ;
7. - Ayant examiné le rapport de sa Commission des questions politiques (Doc. 3536),
8. - Recommande au Comité des Ministres :
  - d'appeler l'attention des gouvernements des Etats membres sur l'importance que

le Comité des Ministres et l'Assemblée attachent tous deux à la mise en œuvre, à bref délai, de l'ensemble des mesures préconisées dans la Résolution (74) 43 ;

- d'envisager la possibilité de compléter les mesures nationales d'aide économique par des mesures prises à l'échelle européenne, comportant notamment :
  - a. - l'élaboration d'un statut type du personnel de rédaction, garantissant la liberté d'expression et d'information, en particulier contre toute tentative des propriétaires ou des syndicats en vue d'imposer leur contrôle aux rédacteurs ;
  - b. - la définition des critères d'une politique responsable de l'information dans une société démocratique ;
  - c. - la création d'un centre d'information, dans le cadre du Conseil de l'Europe, sur les données de la situation en matière de concentration de presse, centre qui serait chargé :
    - 1) de rassembler et de diffuser les données de cet ordre concernant chacun des Etats membres ;
    - 2) d'observer et d'analyser en permanence la tendance à la concentration de la presse, en étudiant notamment l'évolution des rapports entre l'information écrite et l'information audiovisuelle ;
    - 3) d'établir une coopération étroite avec les organismes et associations de presse, en vue de :
      - faire prendre conscience à la presse de tous les moyens dont elle dispose pour améliorer par elle-même la situation ;
      - sensibiliser le public aux problèmes posés par les concentrations de presse.

# DÉCLARATION DES DEVOIRS ET DES DROITS DES JOURNALISTES

rédigée et approuvée à Munich par les Syndicats  
de Journalistes de la C.E.E., le 25 novembre 1971

## PREAMBULE

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain.

De ce droit du public à connaître les faits et les opinions procède l'ensemble des devoirs et des droits des journalistes.

La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics.

La mission d'information comporte nécessairement des limites que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Tel est l'objet de la déclaration des devoirs formulée ici.

Mais ces devoirs ne peuvent être effectivement respectés dans l'exercice de la profession de journaliste que si les conditions concrètes de l'indépendance et de la dignité professionnelles sont réalisées. Tel est l'objet de la déclaration des droits qui suit.

## DECLARATION DES DEVOIRS

Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements, sont :

1. - Respecter la vérité qu'elles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité.

2. - Défendre la liberté de l'information, des commentaires et de la critique.

3. - Publier seulement les informations dont l'origine est connue, ou - dans le cas contraire - les accompagner des réserves nécessaires; ne pas

supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et documents.

4. - Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents.

5. - S'obliger à respecter la vie privée des personnes.

6. - Rectifier toute information publiée et qui se révèle inexacte.

7. - Observer le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement.

8. - S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement, ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.

9. - Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste, et n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs.

10. - Refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que de la part des responsables de la rédaction.

Tout journaliste digne de ce nom se fait un devoir d'observer strictement les principes énoncés ci-dessus : reconnaissant le droit en vigueur dans chaque pays, le journaliste n'accepte, en matière professionnelle, que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre.

## DECLARATION DES DROITS

1. - Les journalistes revendiquent le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui condi-

tionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut en ce cas être opposé au journaliste que par exception et en vertu de motifs clairement exprimés.

2. - Le journaliste a le droit de refuser toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information où il collabore telle qu'elle est déterminée par écrit et figurant dans le contrat d'engagement, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.

3. - Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience.

4. - L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit

être au moins consultée avant décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion de journalistes.

5. - En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives mais aussi à un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique.

**Tous les syndicats français de journalistes existants à l'époque : S.N.J., S.J.F.-C.F.D.T., S.G.J.-F.O., S.N.J.-C.G.T., ont participé à l'élaboration de cette charge et l'ont approuvée.**

# CODIGO DE HONOR DEL PERIODISTA SUIZO

adoptado el 17 de junio de 1972  
por la Asamblea de los Delegados  
de la Asociación de la Prensa Sui-  
za, en Berna.

## DEBERES

### A) Declaración de los deberes del periodista

En el desempeño de su profesión,  
para obtener, redactar y comentar in-  
formación, el periodista considera su  
deber:

1. Atenerse a la verdad, sin temer a posibles consecuencias perjudiciales para él, considerando que siempre debe prevalecer el derecho del público a conocer la verdad.
2. Defensor la libertad de informar y el derecho a comentar y criticar, así como la independencia de su profesión y su prestigio.
3. Publicar solamente noticias y documentos procedentes de fuentes conocidas. No silenciar datos importantes que formen parte de la información ni desfigurar hechos, documentos u opiniones emitidas por terceros. Hacer constar las noticias no confirmadas como tales.
4. No utilizar medios desleales para procurarse información, documentos fotográficos y otros. No cometer plagios.
5. Rectificar toda información publicada que se revele virtualmente inexacta.
6. Mantener el secreto profesional y no revelar la fuente de las informaciones obtenidas confidencialmente.
7. Respetar la esfera privada de las personas mientras el interés público no requiera lo contrario. No hacer acusaciones anónimas o sin fundamento.
8. No valerse de ningún medio o promesa de lucro si con ello se ve restringida su independencia profesional o la expresión de su opinión personal.
9. No confundir nunca el periodismo con la publicidad. El periodismo debe rehusar toda clase de imposiciones, directas o indirectas, por parte de los anunciantes.
10. Aceptar directrices periodísticas únicamente de los miembros autorizados de su redacción y siempre que estas directrices no sean contrarias a la presente declaración.

## DERECHOS

### B) Declaración de los derechos del periodista

Para poder cumplir con las obligaciones contraídas, el periodista debe tener, como mínimo, los siguientes derechos:

- a) Tener libre acceso a todas las fuentes de información y entera libertad para averiguar los datos de interés público. Ocultar al periodista asuntos de interés público o privado sólo es lícito en casos de excepción y con plena justificación de los motivos.
- b) El periodista no puede ser construido a realizar ningún acto profesional —y en especial expresar ninguna opinión— que vaya en contra de las reglas de su profesión o de su conciencia; su negativa no debe atraerle ningún perjuicio.
- c) El periodista tiene derecho a rechazar toda orden o intromisión que contravenga las líneas generales de su periódico. Estas líneas generales deben ponerse en su conocimiento por escrito, antes de contratar sus servicios. Su modificación unilateral o su revocación es ilícita y representa una infracción del contrato.
- d) Como miembro de la redacción, el periodista debe ser consultado antes de tomar decisiones importantes que pudieran influir en la marcha de la empresa. Antes de adoptar medidas que originen cambios en la colaboración y en la organización, sus miembros deben ser consultados expresamente.
- e) Por medio de un contrato colectivo, el periodista tiene derecho a una reglamentación clara de sus condiciones de trabajo. En este contrato se hará constar que el desarrollo de actividades en organizaciones de su profesión no le originará ningún perjuicio.
- f) Además, el periodista tiene derecho a un contrato individual que garantice su seguridad económica y moral. Su remuneración en particular debe estar en consonancia con su función, sus responsabilidades y su posición social. Dicha remuneración debe garantizar su independencia económica.

(Texto expuesto en el «stand» suizo de la Exposición Internacional de Prensa, organizada bajo los auspicios de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Ginebra del 13 al 18 de noviembre de 1972)

## NOTA SOCIOLOGICA SOBRE LA CRISIS DEL DIARISMO EN ESPAÑA

Amando de Miguel

Cuando se habla, sin más, de crisis de alguna actividad colectiva o institución --sea el teatro, la fiesta taurina, la enseñanza privada, el circo o la industria textil-- hay que sospechar que se están acumulando argumentos y quejas para solicitar de las ubres del Estado alguna generosa subvención para el mendicante gremio. En el caso de la prensa española (con minúsculas) el supuesto es bastante realista. Es un ramo ampliamente subvencionado por el Estado, es decir, por todos los que lo pagamos. Cuanta mayor sea la conciencia de "crisis" que ayudemos a crear, más mullidos se harán los colchones subvencionadores, sin mayores averiguaciones. Si encima podemos demostrar que "la crisis es mundial", toda culpa propia queda perdonada.

Hay que suponer que estas jornadas desean trascender esas tácticas de grupo de presión empresarial. Se me pide en ellas una especie de memorial ilustrado sobre las causas políticas y sociológicas de la crisis de la prensa en España. Nada menos. Voy a contestar más como lector y como "escribidor" que como investigador, pues un fenómeno de tal magnitud escapa a mis pesquisas sociológicas. Seguiré un método detectivesco, que es como la sociología procede cuando, en lugar de datos, contamos sólo con pistas. Es decir, las pistas las voy a dar. No buenos maestros del dinamitado diario Mañana me enseñaron que, a diferencia de las novelas policíacas, en la investigación periodística, el asesino debe quedar claro ya desde el primer párrafo. Los adelanto, pues, que en este caso el asesino es

2

el jefe de policía, como en la novela de Chesterton. Sin metáforas, quiero decir que la crisis de los periódicos es sobre todo la de sus directores y redactores-jefes( y por extensión de todos los demás "escribidores"), no tanto la del público. Con todo, hay que advertir que ambas subcrisis se hallan relacionadas y que, por supuesto, en ninguna de ellas se trata de una culpa moral.

El misterio a desvelar es éste: Pese a que los diarios son muy baratos y a que cada vez hay más alfabetos, el hecho es que se leen muy pocos periódicos, menos que en otras épocas y menos que en otros muchos países. Hasta hace muy poco teníamos la coartada de la falta de libertad. La gente no se molestaba en leer textos que habían sido zarandeados (en su doble sentido) por la censura. Pero es que, desaparecida casi del todo la censura, el número de lectores de periódicos no parece aumentar y hasta puede que disminuya.

Por supuesto, como tantos otros males, éste de la reducción de los lectores de diarios es también universal, ha ocurrido antes en otros países más adelantados. En Estados Unidos los diarios de los años 70 reparten un par de millones menos de ejemplares que los de los años 60. Pero aquí y allí sucede también que, si bien se ha reducido el público lector de diarios, se ha ampliado la audiencia de algunos hebdomedarios, sobre todo de revistas especializadas por su contenido y estilo. La crisis del diarismo no es la crisis del periodismo. Por otra parte, ni en Estados Unidos ni en España, se puede decir que la crisis haya afectado por igual a todos los periódicos. Hay que aprender la lección de los que han logrado aumentar su tirada. Es más, la crisis mundial de la prensa cotidiana es sólo testigo de nuevas tiradas periodísticas del más alto interés,



desde el "amarillo" New York Post de la cadena Murdoch hasta el intelectual La Repubblica de la editorial Mondadori de Milán.

Se puede entender la crisis del diarismo como el empobrecimiento de un mercado en el que fallan a la vez las corrientes de la oferta y la demanda. Es decir, se escribe un producto que desmerece en interés y los lectores no parece que tengan mucha afición al papel impreso. Habrá que analizar los procesos que conducen a cada una de esas dos vías muertas. Adelanto que la única manera de romper tal visioso círculo es la decisión de los periodistas de confeccionar un material más leíble. Olvíense por un momento de las constantes estructurales que suponen los crecientes costes del papel o de la desleal competencia de la tele. La televisión puede llevarse los anunciantes, pero no arrastra tantos lectores como puede pensarse. Es más, si los periódicos supieran adaptarse a la nueva costumbre, se podría comprobar que existe un nuevo lector de periódicos que, al mismo tiempo que hojea su diario, atiende al programa televisual. La reiteración de caretas, anuncios y bustos parlantes en la pantalla doméstica proporciona amplias ocasiones para poder leer no pocas informaciones. La exposición a la prensa escrita o a la televisión no son actividades tan excluyentes como se había supuesto.

Del lado de la demanda nos falta en primer lugar nada menos que la institución del hábito cotidiano de lectura de periódicos para un gran público. Si "opinión pública" es --como se recuerda en la clásica definición inglesa-- el conjunto de preocupaciones colectivas que se generan cada mañana des pués de leer el periódico en el desayuno, quizá que conviene que en nuestro país se fomente tal hábito, al menos entre los periódicos en el desayuno. Así, entre los

tros, los diarios no se reparten a domicilio y la mayoría de los españoles ni siquiera se sientan a desayunar. La costumbre de leer la prensa cotidiana por la mañana es aquí ocupación de grupos minoritarios y hasta marginales: los ejecutivos y funcionarios, los porteros y ordenanzas, los propios periodistas, los usuarios de los aviones, los que buscan empleo o piso. Obsérvese que en muchos de esos grupos el hábito de lectura periodística no es casero y se deriva de alguno de estos dos supuestos tramposos: (1) no tienen otra cosa que hacer más que entretenerse con el periódico, y (2) el periódico no lo tienen que comprar, la organización se lo regala. Esos supuestos son la negación del hábito de lectura cotidiana y domiciliaria, un invento anglosajón difícil de exportar.

En otros países más adelantados se distingue un público general que demanda periódicos y revistas que podríamos llamar descriptivas, de un círculo culto que apetece medios más literarios; el segundo es un ámbito mucho más reducido que el primero. En la situación española esos dos círculos secantes casi se superponen, es decir, el público general y el público letrado casi llegan a coincidir. El extravagante resultado es que algunos diarios tienden a parecerse al modelo de revista intelectual e incluyen en sus colaboraciones cotidianas profundos ensayos filosóficos o densos análisis de alta cultura. Esta es la mejor solera del Abc, puesta en odres nuevos por El País. Paradójicamente, este tipo de alto diarismo esconde una deficiente, provinciana y elitista vida intelectual a la par que un limitado desarrollo de los géneros periodísticos propiamente dichos.

Por lo que respecta a la oferta, esto es, a la calidad del producto literario, parece claro que la gran mayoría de los periódicos

españoles no satisfacen al lector mínimamente educado y curioso, ni tampoco las exigencias de los periodistas, a los que se les pide ahora cinco años y un día de carrera universitaria.

Cierto es que, como digo, ha cuasi desaparecido la censura, pero no lo que podríamos llamar censura mental. Los periodistas, los escritores, las empresas editoriales --quienquiera que fabrique los diarios-- se autolimitan en el papel impreso más allá de la presión de las autoridades y las leyes. Es evidente que los periodistas no dicen todo lo que saben, no salen a buscar noticias y se conforman con la tarea más pasiva de recibir y difundir notas oficiales, partes, boletines, comunicados, convocatorias, declaraciones. Se han tomado en toda su literalidad la expresión de "medios" de comunicación. En el mejor de los casos, los periódicos "dan" noticias, cuando ésa es misión de la radio o la tele. La prensa escrita tiene que perseguir las noticias que han debido transmitir ya esos otros medios aéreos, para interpretarlas, explicarlas, ahondar en sus causas. La insuperable ventaja del medio escrito es que cada lector puede adaptar su propia capacidad e intensidad de recepción a la cantidad de información que ya tenga y desee. Un periódico puede ser leído en diez minutos o puede tomar una mañana de domingo. En cambio, en el noticiario radiofónico o en el telediario no hay más remedio que tratarse todo lo que van diciendo, aunque ya se sepa; no hay moviola para volver atrás. El resultado es que en el medio escrito se recibe siempre más cantidad de información útil. La desilusión sobreviene cuando los profesionales no parecen tener cuenta de estas diferencias y confeccionan un periódico que es como una mala copia de los boletines de agencia o de teletipos, de noticias que deberían haberse leído por la tele o la radio. Claro está, la desilusión

doble porque puede muy bien suceder que la tele o la radio no hayan dado previamente esas noticias, en cuyo caso es la estructura entera de los medios la que se resiente de esa censura mental.

No hay que hacer aspavientos si de todo lo que digo se deduce una suerte de pereza profesional, un no aprovechamiento de todos los recursos de que se disponen para producir mejores periódicos. Después de todo, se me dejará recordar que en todas las grandes ciudades españolas el peor periódico suele ser la Hoja del Lunes, es decir, aquel cuyo empresario suelen ser los propios periodistas y trabajando sin competencia posible. Después de esto no hay excusa para argüir que los males del diarismo se derivan de las rapaces empresas capitalistas que andan a otros intereses. Ahora ya sabemos que los periodistas por sí solos, con monopolio y con medios económicos, no han sabido producir las modélicas Hojas del Lunes que deberían haber estimulado con su profesionalidad y experticia al resto de los papeles cotidianos.

En una palabra, los periódicos están mal hechos. Prefiero ser reiterativo. Cualquier observador no especializado es capaz de concluir que a los periódicos españoles les sobra espacio para las noticias como tales y para las actividades de los políticos, todo el que les falta para otros muchos asuntos en los que hay menos dramatismo y menos protagonistas famosos, pero que reflejan una importante parte de las preocupaciones colectivas: economía doméstica, viajes, vacaciones, enseñanza, salud, jardinería, ecología y medio ambiente, problemas profesionales, libros, problemas locales. Los diarios de la época televisiva han de ampliar el número de sus secciones y reducir la longitud de sus artículos. Los mejores títulos del día...

postfranquista --El País y El Periódico-- representan dos maneras de acercarse a ese modelo de último diarismo, pero los dos rebo- san todavía de noticias "nacionales" (que en la práctica quiere decir "madrileñas"), las mismas que el lector seguramente ha oído en la radio o en los telediaris. No tengo que recordar, de pasada, que los telediaris españoles se "oyen" más que se ven, puesto que el busto del locutor o las imágenes de archivo añaden bien poco a las noticias relatadas.

Todos los rasgos del conservadurismo, o mejor, de la inercia profesional que distinguen al diarismo en nuestro país son tanto más llamativos cuanto que los periodistas dibujan por lo general un perfil ideológico mucho más izquierdista que el de sus lectores, y no digamos que el de sus patronos. Este hecho ha sido comprobado en muchos otros países, pero en España es particularmente llamativo. Es como una extraña esquizofrenia profesional que a lo mejor explica entre nosotros la singular tasa de rotación de empleos de los periodistas y sus desproporcionadas cuotas de pluriempleo.

Con censura y sin censura, apenas ha cambiado en estos últimos años el tono político característico de los diarios españoles. En esto sí que son literalmente "medios" para el fin del mantenimiento del poder. Antes, con la censura, tenían que adular a los políticos. Ahora son sus voluntarios y desinteresados (a veces no tanto, claro) narradores. Da la impresión de que las páginas políticas de los periódicos están para que los políticos eviten sus declaraciones de esta o aquella manera en sus conferencias del Club de los 133, para que los periodistas puedan formular sus preguntas. El resultado es que al final del franquismo los periódicos habían perdido su posición, y ahora son unos o unos otros que

tes parezcan casi todos del gobierno, o por lo menos de la situación. Se entiende así la contradicción de que en estos últimos años del postfranquismo haya menguado la difusión de la mayoría de los diarios españoles con la notable excepción de El Alcázar y El Imparcial, dos cabeceras radicalmente opositoras --bien que por la derecha-- del actual establecimiento político.

La función de la prensa escrita de la era televisual y democrática debe ser, por definición, adversaria, como dicen los anglosajones, esto es, atenta a marcar a los políticos. Cuán lejos estamos de ello. Cómo no recordar aquí un tipo de editorial que es ya todo un castizo género periodístico. Me refiero a la inevitable pieza del director sobre la "enérgica repulsa" que su periódico arroja sobre el terrorismo, como si tal exorcismo le librara de la obligación de informarnos sobre tal cuestión. Podrían darse otros muchos ejemplos (quién no recuerda las "adhesiones inquebrantables" de antes y de ahora) de un diarismo políticamente más servil que servicial, más partisano que partidario. Sin ir más lejos, hemos patentado ese invento nacional que es el de columnista y al mismo tiempo diputado (también hay la figura de diputado y profesor en esta tierra de todos los pluriempleos). Es evidente que tal combinación debe acarrear una extraordinaria dosis de información, pero difícilmente podrá tal columnista marcar al gobierno de una manera "creíble". Para la gente, los periodistas y escritores son aquí parte de los que mandan. Sería impensable un watergate doméstico. Todo lo que se informó de la corrupción del franquismo es la inocente coartada de las treinta millones que se llevó Carrancita Franco a Suiza para lanzar un reloj.

Una segunda prueba de que los periódicos no cuentan lo que el ciudadano interesa es que la escuálida acción de acusar al linaje

se nutre de preocupaciones que relacionan entre sí a los correspondientes, sin demasiada conexión con lo que el periódico ha publicado antes, acaso sí con lo que han visto por la tele. En todo caso, los de las "cartas" discuten entre sí, no con el periódico. La palabra "polémica" es vitanda en nuestra cultura diarística.

La cuestión final es, pues, de credibilidad. El público sigue sin hacer caso de lo que dicen los papeles. Bien que les gustaría leer en ellos todo lo que las autoridades, los grupos dominantes, consideran como confidencial o reservado, que suele ser lo más importante. La reserva no suele ser para proteger la seguridad del Estado, sino los intereses personales de los que lo controlan. La prensa no puede pretender el título de "cuarto poder" si no logra hacer públicas esas conexiones. Como regla general, se puede suponer que lo que a los lectores interesaría conocer del ámbito político es precisamente todo lo que tiende a ser "secreto oficial", sea por razón del sumario judicial, del consenso político o de las presiones mil de los famosos poderes que nuestro tácito periodismo ha venido calificando de "fácticos", y que son expresamente el ejército, la iglesia católica, los altos intereses empresariales y los cuerpos de la administración pública. Al ejército se le teme. La iglesia católica maneja descaradamente los hilos de la política y es un formidable poder de veto. Las grandes empresas son los principales anunciantes de los medios de comunicación y por tanto sus principales sustentadores. Los altos cuerpos de funcionarios son los que controlan el fisco que protesta con frecuencia a las autoridades legislativas y judiciales. "El día de mañana", "El día de mañana", "El día de mañana" son los nombres que se dan a las cosas que se van a hacer.

y 10

lenciando, hoy como ayer, a los diarios españoles. La crisis de la prensa escrita presenta síntomas económicos, pero sus causas son políticas. En una línea resumió Cándido lo que a mí me ha costado nueve páginas de reiteraciones: "Hoy por hoy a la gente se le informa de todo y no se le entera de nada".

-----

12 febrero 1973



JORNADAS SOBRE LA CRISIS DE LA PRENSA  
=====

CAUSAS ECONOMICAS DE LA CRISIS

(Ponencia presentado por GINES VIVANCOS)

Barcelona, febrero 1979

Que la prensa en España está en crisis es un hecho comunmente admitido. Y sin embargo no existen, al menos a nivel público, datos definitivamente fidedignos que permitan demostrar el aserto. Los balances reales y las cuentas de explotación de las empresas periodísticas permanecen en el mas absoluto de los secretos y unicamente por medios indirectos es posible extraer la conclusión de esa crisis económica del sector.

De un lado las constantes lamentaciones de los empresarios así parecen indicarlo. El deterioro progresivo de las principales magnitudes del negocio periodístico habido en los últimos años apunta en la misma dirección. Y algunos ejemplos aislados conocidos, como el del diario "Pueblo" que este año deberá ser subvencionado por el erario público con la cifra de 720 millones y el déficit de explotación de los Medios de Comunicación Social del Estado que, al parecer, ronda los mil millones, vienen a confirmar la tesis.

Conviene, antes de proseguir con el tema, puntualizar a que crisis concreta de la prensa nos estamos refiriendo. Podemos hablar de de una crisis del producto y de una crisis de la empresa. En cuanto a la primera, referida a la calidad de las publicaciones y a su aceptación por parte del consumidor, pienso que será estudiada mas concretamente en alguna otra ponencia de estas Jornadas. Nos centraremos pues en la crisis económica de la empresa periodística y mas concretamente en la de la prensa diaria. El subsector de las publicaciones no diarias, amen de una extraordinaria complejidad (5.181 títulos a finales de 1977), no resulta homogéneo y los datos de los que se dispone son aun mas fragmentarios e inciertos que los correspondientes a la prensa diaria.

Admitida, como hipótesis de trabajo, la existencia de una crisis en la prensa diaria cabe en primer lugar preguntarse si esa crisis es producto únicamente de la otra grave crisis general que arrastra la economía española desde 1974, o si por el contrario los males de la prensa española son mas amplios y sus causas vienen de mas lejos.

La opinión es que la crisis económica desencadenada a partir de 1974 no ha hecho otra cosa que agudizar los factores de desajuste y las carencias estructurales que arrastra la prensa diaria española desde mucho mas atrás. Estaríamos entonces en una crisis estructural agravada por razones coyunturales. Y para la que, desde luego, no se ven perspectivas de solución a corto y medio plazo.

## MINIFUNDISMO EMPRESARIAL

La primera pregunta que surge al contemplar el panorama de la prensa diaria española y con ello entramos en el análisis de las causas de la crisis, es la de como si el bache que atraviesa el sector es tan profundo, se mantienen (y aun aumentan ligeramente) el número de empresas periodísticas y de diarios en funcionamiento y no se han producido desapariciones de títulos, cierres, quiebras o suspensiones de pagos de empresas periodísticas.

La respuesta no es fácil. Una primera explicación es la de que entre los 120 periódicos diarios que se editaban en España ~~en 1977~~ a finales de 1977 (en este trabajo haremos siempre referencia a esta fecha que es la última en la que se dispone de datos contrastados) corresponden a los Medios de Comunicación Social del Estado 35 de esos 120 títulos (es decir el 29,17%) que están subvencionados directamente por los Presupuestos Generales y cuya continuidad no depende de criterios de viabilidad económica y si de consideraciones políticas de particular complejidad. Si admitimos que entre los 85 diarios restantes una quincena (y no necesariamente los de mayor difusión) resultan económicamente rentables y otra veintena lleguen a cubrir gastos, obtendremos finalmente una cifra de alrededor de 50 periódicos que económicamente aparecen como inviables. La continuidad de bastantes de esas empresas se está manteniendo sobre la base de la venta de la propiedad a nuevos grupos, atraídos por el prestigio del medio o desosos de aprovechar esas más teóricas que prácticas capacidades de influencia política o económica que se le atribuyen a la prensa.

La primera de las causas de la crisis de la prensa diaria la hallamos, pues, en el minifundismo empresarial existente en el sector. Los 120 diarios españoles, ~~en 1977~~ que no incluyen a las Hojas del Lunes, dependen de 78 empresas distintas y los 85 privados (excluidos los 35 correspondientes a los Medios de Comunicación Social del Estado) se dividen en nada menos que 77 empresas (1,1 periódicos por empresa). Esta situación contrasta fuertemente con los continuos procesos de concentración empresarial que registra la prensa en todo el mundo. Al tiempo que la pervivencia de 120 títulos, a los niveles españoles de población y venta de diarios por habitante, resulta anómala. La desaparición -por absorción o concentración- de una cincuentena de títulos en los próximos años aparece como difícilmente evitable.

Una segunda nota del minifundismo del sector viene dada por la tolerancia a la concentración en cuanto al horario de publicación

de los periódicos. Un 83,33% de los mismos son matutinos y aun el 16,67% correspondiente a los vespertinos tiende a disminuir por pase a matutinos o por el adelantamiento constante de su hora de salida hasta igualarse virtualmente con los de la mañana. Este proceso que por ahora resulta irreversible y que concentra aun mas la competencia en unas pocas horas de vida util de los periódicos, parece responder tanto a una paulatina modificación de los hábitos del consumidor de diarios, como al impacto de la crisis económica general con la limitación de compra a un solo periódico al día y a la escasa diferenciación en el tratamiento y presentación de la información existente entre matutinos y vespertinos.

### ESCASA DIFUSION

Una segunda causa de la crisis hay que buscarla en el estancamiento de su circulación y difusión. Es cierto que este factor no es globalmente decisivo en la formación de la crisis económica de la prensa diaria. Por aquello de que el coste de fabricación del producto es en la mayoría de los casos superior a su precio de venta y solo los ingresos publicitarios pueden engugar el déficit, podría admitirse que un estancamiento o incluso un descenso en el número de ejemplares vendidos (mientras se incrementa el precio unitario de venta) no es factor básico en la crisis del sector. En la práctica la competencia entre empresas editoras, <sup>Y</sup> la existencia de ~~una~~ un control de la difusión a partir de la creación de la O.J.D., condicionan la competitividad de los distintos periódicos y la fijación de sus tarifas publicitarias con efectos importantes en los resultados financieros finales. Despreciar, pues, el factor de la difusión, como en algunos casos se ha hecho, es a la larga escasamente rentable.

Desde 1974 puede decirse que la prensa diaria española se ha mantenido estancada en los 3.500.000 de ejemplares diarios de tirada y en los 3.000.000 de difusión media real. Ello corresponde a una tasa <sup>inferior a</sup> ~~aproximada~~ de 100 periódico por cada 1.000 habitantes, muy alejada de los niveles de la mayoría de los países europeos y astronómicamente lejana de los 600 ejemplares por cada 1.000 habitantes que se consumen en Gran Bretaña.

Concretando cifras veamos cual es la distribución de las tiradas y la difusión correspondientes a los últimos cuatro años de los periódicos españoles controlados por O.J.D. (49, en 1974; 51 en el 75; 59, en 1976 y 61 en 1977) únicos de los que se dispone de datos fidedignos:

Diarios	Año del Control							
	1974		1975		1976		1977	
	Tirada útil	Difusión media	Tirada útil	Difusión media	Tirada útil	Difusión media	Tirada útil	Difusión media
ABC. Madrid	208 173	190 220	209 092	181 437	208 221	186 323	179 750	156 725
ABC. Sevilla	73 653	67 953	70 571	64 337	71 763	64 259	61 180	54 313
Alcazar. El	22 079	18 720	18 412	13 602	23 866	14 532	60 566	51 007
Alerta	31 223	27 699	30 446	27 343	37 659	29 395	32 965	28 607
As	240 127	201 267	240 005	189 761	227 094	183 887	203 679	160 446
As-Color	172 180	145 295	166 038	137 407	141 592	108 693	122 817	90 864
Avui					70 441	56 624	65 276	50 491
Baleares	28 257	26 681	24 810	23 255	23 505	21 350	20 980	18 443
Comercio. El	19 948	18 574	19 145	18 079	20 276	18 912	22 117	20 651
Cordoba	9 446	8 767	9 303	8 687	9 429	8 906	9 429	8 906
Correo Catalan. El	69 036	59 914	72 613	62 021	80 690	67 283	69 601	55 693
Correo de Andalucía. El	20 504	18 045	27 719	24 965	35 550	31 249	34 128	28 397
Correo Español. El			90 662	80 491	98 014	86 329	100 183	89 433
Dia. El					25 388	24 070	25 108	22 719
Diario 16							102 602	75 613
Diario de Barcelona			32 602	25 517	39 504	31 125	36 690	28 372
Diario de Burgos	15 471	14 320	15 123	14 209	16 058	14 892	16 174	14 827
Diario de Cadiz	27 601	26 049	27 949	26 192	27 949	26 218	27 551	25 256
Diario de Las Palmas	17 557	16 335	15 590	15 231	16 115	15 407	15 395	14 076
Diario de Leon	5 130	4 218	5 431	4 436	6 955	5 540	7 268	6 004
Diario de Mallorca	15 643	14 577	17 640	16 495	22 244	20 003	22 393	19 858
Diario de Navarra	39 550	35 061	40 603	36 408	45 747	40 688	46 557	40 797
Diario Vasco. El	34 267	31 260	34 282	30 864	36 267	32 728	39 176	35 388
Dicen	113 423	90 397	105 878	82 103	91 797	70 823	80 346	58 677
Faro de Vigo	42 690	39 214	41 133	38 156	41 616	38 751	36 912	34 111
Gaceta del Norte. La	102 317	89 152	96 911	84 503	97 548	84 777	90 701	77 525
Heraldo de Aragon. El	65 580	61 015	64 522	60 521	66 924	62 430	65 931	61 382
Hora Leonesa. La					10 226	9 210	10 229	8 990
Hoy	19 902	18 177	22 155	20 034	24 708	22 173	24 708	22 173
Ideal	28 931	26 271	27 960	25 879	29 036	26 446	28 822	26 552
Ideal Gallego. El	17 756	13 954	18 251	14 676	18 674	15 604	19 212	16 136
Informacion	29 935	21 940	25 553	20 608	25 906	21 529	25 442	20 522
Informaciones	71 269	56 915	76 247	61 117	93 657	74 797	65 561	52 314
Informe Economico Interna- cional Urgente	2 366	2 321	2 640	2 426	2 700	2 409	2 680	2 872
Jaen	6 208	5 755	5 846	5 398	6 255	5 767	6 360	5 865
Levante					46 454	42 179	45 991	40 321
Mañana. La	8 030	7 291	7 438	6 817	9 157	7 323	8 053	7 248
Marca					139 351	96 532	129 725	92 041
Mediterráneo	6 725	6 349	6 082	5 799	6 528	6 125	6 620	6 142
Mundo Deportivo. El	91 700	72 641	90 277	70 714	84 675	65 577	77 649	56 238
Norte de Castilla. El	24 067	22 795	25 077	23 640	26 852	25 060	26 970	24 394
Noticias Médicas	57 768	52 568	46 127	45 961			42 683	41 516
Noticiero Universal. El	89 539	78 475	86 432	73 626	91 464	76 537	77 580	60 715
Nueva España. La	48 442	43 637	45 889	41 511	46 395	41 726	45 656	40 787
Pais. El					141 656	117 053	153 893	128 805
Progreso. El	12 116	10 520	12 358	10 671	12 166	10 448	11 990	10 802
Provincia. La	25 488	21 917	24 661	23 918	28 409	27 481	29 571	27 740
Provincias. Las	46 262	43 239	46 658	43 634	48 798	45 361	49 619	45 425
Pueblo	217 281	189 248	209 066	179 527	201 651	170 254	141 335	113 756
Region. La	11 303	10 672	11 456	10 889	12 016	11 247	11 901	11 299
Region. La (Ed. aerea)	74 886	71 728	75 970	72 870	64 959	63 043	59 828	58 726
Sitios. Los	8 296	7 648	8 001	7 361	8 274	7 534	7 950	7 139
Sol de España	20 449	16 288	20 521	16 096			22 734	15 842
Sur					31 430	24 919	26 782	23 315
Tele Expres	40 703	31 068	42 163	32 613	48 355	37 865	42 242	28 364
Ultima Hora					14 001	11 217	18 472	15 053
Unidad	12 339	10 945	12 495	11 118	11 946	10 411	7 970	7 119
Vanguardia. La	225 867	218 755	226 533	220 217	226 250	220 127	212 811	205 849
Verdad. La	41 440	36 338	44 762	39 031	50 688	44 121	50 971	44 530
Voz de Almería. La					7 803	6 981	7 249	6 585
Voz de Asturias. La	15 119	12 798	14 823	12 847	16 995	14 558	18 921	16 538
Voz de España. La	41 447	38 482	41 674	38 465	41 196	37 383	37 498	31 860
Voz de Galicia. La	69 223	63 772	71 491	65 086	77 006	70 675	80 648	73 670
Ya	168 831	151 109	174 470	155 261	190 141	168 035	167 374	140 572

Las principales conclusiones que cabe extraer de estos datos son:

a)-La suma de las difusiones medias de los periódicos controlados ha evolucionado cada año de la siguiente forma:

1974.....	51.421	ejemplares
1975.....	51.033	"
1976.....	51.530	"
1977.....	47.081	"

Tengamos en cuenta que los periódicos considerados son los de mayor venta. El promedio de difusión de los 120 diarios españoles se situaría en unos 25.000 ejemplares.

b)-Resulta interesante detectar la fuerte caída de difusión de la prensa deportiva diaria, caída que puede encontrar interesantes explicaciones sociológicas:

	1974	1975	1976	1977
AS.....	201.267	199.761	183.887	160.446
MARCA.....	--	--	96.532	92.041
EL MUNDO DEPORTIVO...	72.641	70.714	65.577	66.238
DICEN.....	90.397	82.103	70.823	58.877

c)-En lo que se refiere a los periódicos catalanes de información general controlados por O.J.D. hasta 1977 el desglose es el siguiente:

	1974	1975	1976	1977
LA VANGUARDIA.....	218.755	220.217	220.127	205.849
EL NOTICIERO UNIVER..	78.475	73.626	76.537	60.715
EL CORREO CATALAN....	59.914	62.021	67.283	55.693
DIARIO DE BARCELONA..	--	25.517	31.125	28.372
AVUI.....	--	--	56.624	50.591
TELE/EXPRES.....	31.068	32.613	37.865	28.364
LOS SITIOS.....	7.648	7.361	7.534	7.139
LA MAÑANA.....	7.291	6.817	7.323	7.248

La caída fuerte de la difusión se produce en 1977. De un total de 504.418 ejemplares en 1976 para los ocho periódicos controlados se pasa a 443.971 en 1977, con un descenso del 12%. El "boom" de algunas revistas de información general, el cierto grado de empacho o cansancio político y sobre todo la agudización de la crisis económica general, con el estancamiento cuando no la

disminución de la capacidad adquisitiva, pueden ser las principales causas de este apreciable descenso de las ya muy bajas cifras de difusión.

### COMPETENCIA PUBLICITARIA

La tercera de las grandes causas de la crisis de la prensa se encuentra en la competencia publicitaria de los otros medios y muy especialmente la televisión. Dada la influencia decisiva que en la explotación de la empresa periodística tienen los ingresos publicitarios es obvio que una disminución en cifras reales de los mismos o incluso un estancamiento paralelo a un fuerte incremento de los costos productivos ha de tener una influencia grande en la cuenta de resultados. Y este ha sido el caso. Los ingresos publicitarios en pesetas constantes de la prensa española han disminuido sustancialmente desde 1973. El siguiente cuadro recoge la inversión publicitaria total en España, expresada en miles de pesetas, desde 1973 a 1977:

MEDIOS	1.973		1.974		1.975		1.976		1.977	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Diaros Índice	3.765.191 100	28,4	3.843.784 102	25,2	3.922.378 104	24,0	3.993.221 106	21,4	4.260.746 113	19,2
Revistas Índice	1.765.487 100	13,3	1.999.011 113	13,1	2.435.339 138	15,0	2.625.125 149	14,0	3.105.973 176	14,0
TV Índice	6.098.700 100	46,0	7.212.994 118	47,3	7.404.843 121	45,4	9.084.634 149	48,7	11.501.928 189	51,9
Radio Índice	740.710 100	5,5	816.306 110	5,3	855.473 115	5,2	1.170.738 158	6,3	1.565.155 211	7,0
Cine Índice	262.403 100	2,0	296.594 113	2,0	300.557 115	1,8	350.964 134	1,5	292.078 111	1,3
Exterior Índice	639.388 100	4,8	1.077.119 168	7,1	1.406.818 220	8,6	1.439.727 225	7,7	1.468.166 230	6,6
TOTAL Índice	13.271.879 100	100,0	15.245.806 115	100,0	16.325.408 123	100,0	18.664.409 140	100,0	22.194.046 167	100,0

La publicidad en prensa diaria ha pasado de 1973 a 1977 de 3.765 millones a 4.260 millones (13% de aumento) lo que está muy por debajo de la evolución de la tasa ~~inflationaria~~ inflacionaria en ese periodo. Como consecuencia del aumento de las tarifas la recaudación publicitaria total ha aumentado, pero ha disminuido la superficie publicitaria contratada. La participación del medio prensa diaria en el conjunto de las inversiones publicitarias españolas ha disminuido de un 28,4% en 1973 a solo un 19,2% en 1977. En ese ~~periodo~~ <sup>periodo</sup> el porcentaje de participación de las revistas se ha incrementado ligeramente

(del 13,3% al 14%) y mas acusadamente en el caso de la radio (del 5,5% al 7,0%). La publicidad en televisión ha pasado de los 6.098 millones del 73 a los 11.501 del 77, con un incremento del 89% (frente al 13% de la prensa diaria) y un acaparamiento de la inversión publicitaria total que si en 1973 era del 46% ,en 1977 alcanzaba ya el 52%.

La utilización por TV, en ocasiones, de precios "dumping" en sus tarifas publicitarias y la consideración (ciertamente real) por el anunciante de que la publicidad televisiva es mucho mas rentable (la relación precio del milímetro por cada mil ejemplares de difusión en prensa, frente al precio del spot-segundo por cada mil aparatos en televisión, es claramente favorable a esta segunda opción) son las causas del incremento de la publicidad televisiva y del descenso de la insertada en prensa diaria. Y este hecho no es imputable a Televisión Española mas que en la medida de lo excesivo <sup>que</sup> del ~~total~~ <sup>total</sup> de su minutaje dedica a publicidad, y sí a la prensa diaria dado los niveles muy bajos de sus tiradas, incapaces de atraer suficientemente al mercado publicitario.

#### INFLACION DE COSTOS

La última de las grandes causas de la crisis económica de la prensa diaria se encuentra en el fuerte incremento habido en los últimos años en los costos productivos. Es este un sector sometido a rápidas transformaciones tecnológicas y por tanto con costos ~~en~~ muy altos de reconversión y mejora productiva. Cabría hablar del aumento de costos de producción, distribución y salariales. Como muy significativo nos centraremos en el coste del papel, una de las materias que mas ha disparado sus precios en los últimos años. La evolución del precio del papel-prensa ha sido ésta:

Año	Precio Kg.	% de aumento
1972	13,85	--
1973	14,63	6
1974	23,--	56
1975	29,20	27
1976	35,22	20,
1977	43,30	23

Como se ve en cinco años, de 1973 al 77, el precio del papel-prensa se ha incrementado en la fabulosa proporción de un 307 por ciento.



3. En consecuencia, se debe considerar que el problema de la situación que subsiste en el suministro de la prensa diaria (con un mayor precio nacional del cuasi-monopolista -Papeles de España- que fabrica un producto no excesiva calidad y con precios no competitivos en el mercado internacional, pero protegido por algunas contingentes y aranceles de la competencia del papel de importación) llega en este momento a la conclusión de que la prensa sufre en este terreno concreto un injustificado y grave problema de inflación de costos.

#### SOLUCIONES POSIBLES

Una vez analizadas las causas más relevantes que configuran la crisis económica de la prensa diaria es necesario apuntar algunas de las soluciones que aparecen como más <sup>evidentes</sup> ~~razonables, viables~~ y que sería necesario aplicar si es que realmente la sociedad pretende mantener la independencia y la pluralidad de las opciones informativas como instrumento indispensable de la convivencia democrática.

En este sentido es interesante citar aquí algunos de los puntos del manifiesto hecho público por directores y empresarios españoles y portugueses de prensa reunidos el pasado mes de enero para estudiar los problemas que afectan a la información en los dos Estados de la Península. En ese manifiesto se dice: "Para cumplir la función de consolidación de la democracia y la modernización de la sociedad la prensa debe poder desarrollar sus actividades sin interferencia del poder político, al que incumbe la responsabilidad de dotar al sector de la información de los instrumentos necesarios para que puedan llevar una vida digna, al tiempo que se exige que la prensa privada sea puesta en rigurosa igualdad de condiciones y de facilidades económicas que la prensa estatal, mientras ésta exista". En estos conceptos se incluye realmente un catálogo bastante completo de las obligaciones públicas con respecto a la prensa.

#### CONCENTRACION EMPRESARIAL

Siguiendo el orden de las causas de la crisis económica más arriba apuntadas habría que decir que el problema del minifundismo ~~inmóvil~~ ~~trixai~~ empresarial del sector solo puede hallar solución por tres caminos:

- a)-Resolución del tema de los Medios de Comunicación Social del Estado
- b)-Desaparición de aquellas empresas menos viables económicamente
- c)-Procesos de concentración empresarial

Es evidente que del tipo de solución que se de al primero de estos tres puntos dependerá una cierta clarificación del sector. Es muy distinto el simple desmantelamiento de los 35 diarios de la ex-categoría

del Movimiento, que su oferta al mejor postor, su continuidad en alguna suerte de regimen cooperativo o su atribución a entes autonómicos u otras instituciones. En todo caso no parece viable su continuidad en las actuales circunstancias, subvencionadas las pérdidas de la empresa que los engloba a cargo del erario público y por tanto en situación de competencia desleal frente a las restantes empresas periodísticas.

De la solución que se de a este tema y de la posible desaparición de otras empresas periodísticas privadas se derivarian problemas graves en cuanto al desempleo -en un sector ya duramente castigado por el paro- y la disminución de puestos de trabajo, en una serie de profesiones especializadas como la de periodista que alcanza ya niveles preocupantes de desempleo, ligados además con la entrada en el mercado de trabajo del sector de cuantiosas promociones de nuevos titulados.

La via de la concentración aparece como la mas probable y aun plausible si atendemos a las realidades que se viven en otros países. La reducción del número de diarios en las grandes capitales (Nueva York, Londres, Paris..) y en general los procesos de concentración que vive constantemente la prensa mundial son un precedente que la española no puede ignorar. Las concentraciones empresariales ofrecen las ventajas de las economías de escala. Grandes cadenas periodísticas, con aprovechamiento intensivo de los talleres, compras centralizadas de materias primas, unificación administrativa, y publicitaria y de canales informativos, publicaciones paralelas (varios diarios, revistas, incluso libros), medios informativos alternativos como emisoras de radio, son realidades que la empresa periodística española debe comenzar a plantearse seriamente. A cambio los inconvenientes de las concentraciones empresariales afloran en cuanto a la reducción de la pluralidad informativa y la disminución de la demanda de trabajo. Ante ello seria necesario una legislación suficiente que minimice los peligros derivados de la excesiva concentración.

#### CANALES DE DISTRIBUCION

Los problemas referidos a la escasa difusión de los periódicos españoles deben encontrar soluciones parciales en dos frentes. En ningún caso cabe esperar, sin embargo, incrementos sustanciales de esa difusión a corto y medio plazo. Un primer camino para la mejora del producto, por un acercamiento mayor a las auténticas demandas del lector potencial. Es este un tema que ya en su momento será tratado en el curso de estas jornadas.

En el campo estrictamente económico está clara la necesidad de mejorar los canales de distribución. Es esta una cuestión a la que las empresas periodísticas españolas han dedicado escasísima atención pese a la importancia que tiene para sus economías. El que periódicos de una misma ciudad no hayan montado una red común de distribución tanto para el ámbito ciudadano, como para el regional y estatal resulta económicamente inadmisibile. Lo mismo cabe decir de la situación a que se ha llegado, por ejemplo en Barcelona, en la que los periódicos se encuentran virtualmente en manos de una situación de oligopolio en la que tres grandes grupos distribuidores copan el suministro de la mayoría de los puestos de venta de prensa de la ciudad y ~~por eso~~ se provocan situaciones absurdas como la del cierre de la práctica totalidad de los quioscos en fiestas mas o menos señaladas. Las empresas periodísticas deberían plantearse seriamente las posibilidades de una amplia colaboración en este terreno, en el abastecimiento a zonas del extrarradio con escasísimos puntos de venta, en el estudio de otros sistemas alternativos de venta empleados en otros países como el de la venta callejera por medio de jóvenes y estudiantes y el de sistemas de venta automática.

En cuanto a la competencia publicitaria de la Televisión hay que decir que mientras el mercado publicitario siga considerando mas rentable el medio televisivo, el problema podrá ser paliado mediante una reducción del tiempo publicitario de TVE, pero en ningún caso resuelto. Solo aumentando sustancialmente las tiradas de la prensa diaria para hacer rentable cara al anunciante su publicidad, yendo a periódicos de difusión nacional (que puedan acoger las grandes campañas de ámbito estatal) o a grandes periódicos regionales, el tema estará en vias de solución. Y ese aumento de las tiradas es un horizonte por ahora muy lejano.

#### POLITICA DE SUBVENCIONES

Nos queda por tratar el problema de la crisis vista por el lado del incremento de los costos. La reducción de esos costos resulta difícil. La mejor tecnológica en los sistemas de composición e impresión que permite reducir plantilla es el método que se ha aplicado en la mayoría de los países, con enormes resistencias sindicales que han desencadenado las prolongadas huelgas de prensa que todos conocemos. Aquí el proceso solo está en su inicio y en cualquier caso debe ir acompañado de una reducción de costos por el lado del papel. Ser mediante una liberalización en las importaciones de este producto (que la subvención de la Papelera Española hace improbable), o mediante una subvención al consumo (de tipo

el equivalente al precio medio de cincuenta gramos por ejemplar vendido), es necesario que esta importante partida de los costos de la empresa periodística se coloque a nivel de precios internacionales.

Y con ello hemos entrado en el difícil campo de las subvenciones. Es evidente que cualquier subvención estatal comporta la posibilidad de ejercer presiones sobre la independencia informativa de la prensa. Pero hablamos únicamente de posibilidades. Es factible arbitrar sistemas de ayuda a la prensa que eviten los riesgos de una cierta dependencia del poder gubernamental subvencionador. Y esas ayudas a la prensa se prestan en buen número de países. Sus variantes de aplicación son muy amplias y cubren tanto apoyos económicos directos, como facilidades financieras y desgravaciones tributarias. Para concretar esas ayudas nos referiremos a las que, amén de la subvención al consumo de papel, reclamaban los directores y empresarios de prensa privada hace unos días:

- a)-Consolidación de los pasivos financieros de las empresas editoras
- b)-Amortización de los créditos destinados a la formación de capital fijo en un plazo no inferior a los doce años, con tasas de interés bonificadas
- c)-Lineas de crédito destinadas al capital circulante equivalentes al 20% del resultado del ejercicio anterior, incluyendo las rentas de publicidad
- y d)-Créditos a fondo perdido para la ampliación y modernización del material de fabricación de al menos el 25% del valor inmovilizado, completados por créditos oficiales para la inversión de hasta el 90% del montante total de la misma.

#### CRISIS ESTRUCTURAL

Sean estas u otras las ayudas que se presten, es evidente que la prensa española necesita de ellas para poder subsistir. La crisis económica general por la que atraviesa el país ha afectado a la prensa de forma similar a la de otros sectores. Sin embargo la crisis estructural que arrastra desde hace décadas a la prensa periodística española en su conjunto no hallará solución plena con la vuelta a niveles normales de actividad económica. Por eso en las últimas décadas el crisis de la prensa ha ido apuntando a lo que previsiblemente se ha agudizado a lo largo de 1978, con distintos

mas que coyunturales. Y sus soluciones requieren un replanteamiento profundo de sus estructuras y una reconversión amplia, aunque dolorosa en sus consecuencias, de bastantes de sus actuales supuestos de funcionamiento. Si ese replanteamiento y esas reformas estructurales la crisis de la prensa diaria española tenderá a agravarse.

Ginés Vivancoá

---

## Política y Mercado

M. Vázquez Montalbán

Recientemente un importante empresario de prensa barcelonés declaró : "Después de Franco se vende menos prensa". Es una afirmación objetiva pero que no orienta realmente sobre las causas de la decadencia de la información impresa. Es más. Plantearía yo la hipótesis de partida de que la decadencia de la prensa española es tan irreversible como la decadencia de la prensa mundial y que entre nosotros arranca precisamente de la guerra civil, de sus consecuencias políticas y sobre todo de la política informativa del Régimen de Franco

La prensa española alcanza durante la República índices óptimos de crecimiento teniendo en cuenta el analfabetismo generalizado, la endeblez de la infraestructura de comunicaciones, la hegemonía de la población rural sobre la población urbana. Por el número de títulos y por la cantidad de las tiradas, España participa del boom del periodismo impreso mundial en unos tiempos en que los otros medios de comunicación estaban en embrión : la radio apenas contaba con seis o siete años de establecimiento regular, y la televisión era un experimento juguetón en manos de los alemanes, los ingleses, los franceses y los norteamericanos. Durante la República se crea un mercado de prensa en España, se conforman hábitos de lectura de prensa, se inicia la incorporación del periódico a la cultura de las masas urbanas convirtiéndose en la satisfacción a una necesidad básica de información cotidiana. Funcionan entonces mecanismos de relación entre emisores y receptores según la organización de la prensa capitalista = una oferta de información en relación con una demanda y la identificación del receptor con el emisor en función de afinidades

2

de carácter ideológico o doctrinal. Esta relación democrática típica se refuerza con la dependencia necesaria hacia el medio de comunicación prácticamente único. El proceso de crecimiento imparable iniciado por la prensa internacional en el tránsito del siglo XIX al XX llega a su cenit en los años treinta y España participa de ese crecimiento, con el estímulo añadido de la fiebre democrática y la voluntad colectiva de dar un importante salto hacia adelante.

Cuando estalla la guerra civil hay condiciones para un despegue de la industria informativa impresa proporcionalmente comparable a la industria informativa europea.

No voy a insistir demasiado sobre las consecuencias de la guerra civil. Recurriré a una frase que me impresionó mucho, pronunciada por Gironella en 1957 en el transcurso de un duelo dialéctico con Emilio Romero. Dijo entonces Gironella que la prensa española reflejaba "...la monótona realidad unilateral de todas las mañanas". La política informativa del Régimen afectó ~~al sector~~ a la prensa en una triple dimensión

- Canceló todas las cabeceras de partidos o de periódicos que habían permanecido leales a la República

- Instaló la censura previa

- Decretó una serie de medidas duramente represivas sobre los profesionales

Las consecuencias inmediatas de estas medidas fueron el apartamiento de las masas de los periódicos o en cualquier caso una pérdida general de credibilidad informativa. Unos a este marco político devaluador la <sup>implantación</sup> ~~aproximación~~ sucesiva de dos medios informativos como la radio y la televisión que inciden negativamente sobre un mercado de prensa subdesarrollado y sobre unos hábitos de lectura precariamente instalados durante la época

democrática y congelados cuando no destruidos, por lustros y lustros de dominación fascista. Entre 1939 y 1979 se crean condiciones objetivas y subjetivas de desmantelamiento de la comunicación basada en la lectura. Desmantelamiento que pareció posible superar a partir de la promulgación de la ley de prensa de 1966 y sobre todo a partir del clima de política insubmisión ~~central nacional~~ que la prensa adoptó en los últimos años del franquismo. Pero lo cierto es que el crecimiento lector operado entre 1966 y 1976 afectó sólo a la vanguardia crítica del país, sector decisivo durante el tránsito político, pero sector insuficiente para respaldar no sólo un boom democrático del periodismo impreso, sino incluso un auge cultural consecuencia del posible optimismo democrático

Que el auge informativo creciente entre 1966 y 1977 sólo afectó a una capa superficial de la población lo prueba el hecho de que el desencanto democrático de esa capa, de esa vanguardia crítica, ha repercutido en el retroceso de la audiencia y ha afectado sobre todo a aquellas publicaciones que habían sido la punta de lanza crítica del régimen franquista: Triunfo, Cuadernos para el Diálogo o Por Favor. Cito estos tres casos complementarios para reflejar toda la evidencia y todo el dramatismo del desencanto de una vanguardia lectora expectante durante diez años y que ante las insuficiencias de los avances democráticos retiró su apoyo ideológico a las publicaciones con que se ha sentido identificada. El techo de audiencia de El País o el descenso evidente de Cambio 16 también sólo pueden explicarse por idéntico motivo. En España hoy no hay prensa de masas: hay prensa de vanguardias o de amplias minorías ritualistas.



En los países capitalistas avanzados , la prensa de masas es causa y efecto de hábitos de lectura que han permitido sostener la batalla de fondo contra las dificultades instrumentales y de gestión : aumento de costos y competencia con los medios audiovisuales. Con todo esa batalla está perdida si atendemos al dato del crecimiento comparado de las audiencias de prensa, radio y televisión y el de la población. La prensa está en retroceso en todo el mundo , con más razón en España donde nunca hubo un real despegue y el que hubo fue frustrado por el fascismo. El desarrollo atípico del mercado de prensa en España gravita sobre los malestares actuales y convierte la industria y el comercio de la prensa española en los ejercicios más problemáticos de cualquier rama de la producción capitalista. El periódico y el libro son en España mercancías al alcance volitivo o posible de minorías

Esta situación residual se complica por la competencia de la radio y la televisión . La información radiofónica ha mejorado espectacularmente y se ha ampliado hasta los límites de lo excesivo. En cuanto a televisión ha bastado que consiguiera dar la apariencia de "apertura informativa" para que pudiera establecer una competencia grave al papel de los diarios y revistas. No todo hay que cargarlo en el capítulo de la omnipotencia de la televisión frente a la prensa o en la presencia real e la radio instalada durante años y años de hegemonía comunicacional. También hay que buscar otras causas y escojo la que me supongo será menos señalada por otros ponentes: la inadecuación lingüística y retórica de la prensa española a una nueva distribución social. Este defecto es fácilmente identificable en la prensa "propagandística" y en los tres ejemplos anteriormente citados.

dos). Entre 1966 y 1973 recurrieron a un lenguaje "posible"  
, elíptico, ~~tolerado~~ mal tolerado por el Régimen, pero que  
en definitiva sólo estaba al alcance de la minoría culta y  
ya iniciada críticamente. Entre 1973 y 1976 aciertan a  
ampliar las posibilidades comunicacionales de su lenguaje y  
es cuando llegan a los techos de audiencia, en el caso de  
Hermano Lobo  
Triunfo y Por Favor en torno a la raya de los 100.000 ejemplares.  
Pero después no se da el nuevo paso de adaptación lingüística  
por una falta de comprensión de la necesaria renovación  
de los códigos expresivos, de la necesaria superación de la  
barrera del código "para iniciados" en un país en que  
, en definitiva, los iniciados son pocos

Cualquier estudio sobre el problema de la audiencia en España ha de partir de la evidencia de que el mercado lector lo compone una minoría y que no se ha podido ni siquiera atraer a las masas con propuestas de lectura en condiciones de competir con las facilidades de recepción que dan la radio y la televisión. Se ha fracasado en un empeño que estaba al alcance de empresarios y profesionales y hay que dar a este fracaso el lugar que le corresponde junto a causas sin duda más gigantescas del desastre que estamos presenciando: la desencantadora iniciativa hegemónica de la derecha en el proceso de cambio y el desencadenamiento incontrolable de los costos de producción en la industria informativa

Frente a esta situación vamos a asistir al desarrollo de tres vías de política de prensa:

1- Aceleración del proceso de concentración monopolista activado por el poder financiero, ya en muchos casos tele-controlador de diarios y revistas

2- Desarrollo de la prensa orgánica de partidos o

bajo la influencia de los partidos para escapar a la ley de cotos informativos que sin duda va a instalar la prensa monopolista

3- Formación de una red de prensa democrática de base , planteada sobre una relación de inmediatez entre fuente informativa y receptor , dando a este funciones equivalentes o muy próximas a las del emisor, planteándose la evidencia de aceptar audiencias muy limitadas pero sobre las que puede ejercerse una gran influencia basada en la identificación

No quisiera recurrir al procedimiento profético pero sí quisiera proponer la reflexión sobre lo que hay de regresivo y progresivo en esta triple vía de futuro

- La prensa monopolista significa un desafío al profesional y al conjunto de la sociedad por cuanto desde su raíz se opone al principio teórico democrático de la libertad de información y expresión, de la más simple libertad de lectura

La prensa de partido está condenada a ser los boletines para fieles y drogadictos en general, de no evolucionar hacia planteamientos participativos del receptor , paralelos a la evolución misma de la función de los partidos democráticos

- La prensa democrática de base es un camino muy interesante para el investigador y para el profesional comprometido con opciones políticas progresivas , por cuanto ahí puede estar el primer paso de experimentación del salto de la barrera entre emisores y receptores, del salto de la organización centralista de la producción de información y cultura, del salto hacia adelante de una concepción de la sociedad basada en una relación positiva del emisor-receptor sobre el receptor - paciente

ALGUNES REFLEXIONS SOBRE LA RENOVACIO TECNOLÒGICA

per Xavier Roig

Els canvis radicals que s'han ~~produït~~ <sup>produït</sup> en la tecnologia d'arts gràfiques en els darrers anys configuren un dels aspectes més destacats de la crisi de la premsa. Es aquest un element ~~tan~~ <sup>tan</sup> trascendental en el panorama ~~del~~ dels moments que viu el sector que gairebé es pot afirmar que, de la mateixa manera que ha succeït en tants altres rams de l'activitat industrial en conjuntures semblants, només sobreviuran les empreses que encertin el moment i la forma de la seva reconversió.

Es important assenyalar immediatament que el canvi tecnològic no s'ha tancat. N'estem vivint tan sols els seus moments inicials i de tempteig, almenys en aquest país, i és absolutament il·lusori que algú es pugui pensar que pel fet de tenir uns quants teclats de cinta perforada i un parell de fotocomponedores electromecàniques ja ha fet la revolució tecnològica.

Ben al contrari, el procés de canvi tot just és encetat, l'evolució ~~de~~ s'està produint ara i els responsables dels tallers que ja han abordat les primeres modernitzacions ~~de~~ seran els primers que admetran que, de moment, els resultats són més aviat magres, decebedors i preocupants.

Només la relació d'alguns factors ens permetrà fer-nos una lleugera idea de la transcendència dels canvis que són en marxa:

- Serà necessari fer front a unes inversions importants en uns moments de ~~graves~~ greus dificultats econòmiques.
- Aquestes inversions es faran en ~~uns~~ equips sobre els quals es té ~~un~~ un coneixement molt limitat i , a més, els empresaris tindran seriosos problemes per a situar els periòdics que editen en les tipologies que hauran servit per a la determinació de les característiques dels diversos materials en oferta.
- La nova tecnologia implica unes reduccions de personal de tallers senzillament dràstiques. Es tracta d'una qüestió molt interessant des del punt de vista de la rendibilitat econòmica però molt delicada pel que fa a les perspectives de les relacions laborals.
- ~~El~~ El nou plantejament pràcticament ~~automatitzat~~ automatitzat de la realització de diaris fa desaparèixer d'una manera gairebé

absoluta la delimitació professional actual del treballadors d'arts gràfiques.

- L'automatització afecta igualment d'una manera important el treball de les redaccions al imposar l'ús de nous elements tècnics radicalment diferents als actuals.

- Les empreses periodístiques no disposen de tècnics preparats per a assessorar i dirigir el procés ~~tecnològic~~ de canvi tecnològic, un canvi caracteritzat per una incidència molt forta de la informàtica i que requereix d'altra banda per al seu ~~control~~ control uns coneixements profunds de tots els aspectes de la realització dels periòdics, inclosos els redaccionals.

- És ~~el~~ fonamental tenir en compte, a més, la inquietant realitat de l'automarginació pràcticament absoluta ~~de~~ dels periodistes en relació amb el procés que comentem.

No és la nostra intenció abordar els aspectes econòmics de la renovació tecnològica sinó més aviat centrar-nos en l'anàlisi dels problemes que <sup>preveure</sup> ~~suponen~~ en l'organització dels diaris en els seus aspectes més professionals.

En aquest sentit, assajarem de demostrar que la renovació tecnològica ha tingut a casa nostra una <sup>incidència</sup> ~~limitada~~ simplement limitada, que els seus resultats pràctics són de moment molt lluny dels seus avantatges teòrics, de catàleg, que s'han fet adquisicions de materials bastant discutibles que hauran de resultar molt cares a curtíssim termini i que serà difícil fer front a una modernització coherent i lògica si no es comença des d'ara una anàlisi seriosa del problema.

La renovació tecnològica a les arts gràfiques es basa en tres eixos fonamentals: el sistema d'impressió off set, la fotocomposició i la incorporació de la informàtica.

La impressió off set es situa una mica fora del problema que anem a ~~analitzar~~ analitzar per bé que és el sistema ~~el~~ que ha permès una connexió perfectíssima amb la fotocomposició de la que és la

continuació lògica. La renovació tecnològica en curs es refereix fonamentalment als ~~avances~~ progressos de la fotocomposició i a l'aplicació a la mateixa de la informàtica.

Es important tenir en compte això perquè és el que, sens dubte, dóna una significació al canvi. No té cap sentit donar la recon-  
~~strucció~~ versió tecnològica per feta amb el simple canvi d'unes màquines de tècnica tradicional per unes altres pertanyents a la primera generació de la fotocomposició que, vista la situació actual, ja comencen a ser venerables. Els canvis dràstics deriven de la incorporació al procés de les arts gràfiques de la informàtica i aquestes innovacions s'estan produint precisament ara.

El procés <sup>(d'</sup>innovació s'ha d'entendre en la perspectiva d'una influència recíproca entre el món de la informàtica i el de ~~les~~ les arts gràfiques. En un primer moment es dóna pràcticament una situació d'invasió de la informàtica sobre les arts gràfiques. Posteriorment, la relació ha anat adquirint les característiques d'un procés d'interacció. Teòricament almenys, ens trobem en una fase que es defineix precisament per aquesta ~~relació~~ influència recíproca.

Quina és, a grans trets, l'evolució que s'ha produït en aquest camp?

Creiem que es pot marcar l'existència de tres fases bastant ben configurades que es delimiten de la següent manera.

I. La informàtica entra a les arts gràfiques. En un primer moment, es produeix una entrada de la informàtica en el món de ~~les~~ les arts gràfiques que té una incidència molt localitzada i per aquesta raó no es creen problemes importants.

Som als finals de la dècada dels cinquanta quan als tallers d'arts gràfiques <sup>apareixen</sup> ~~empen~~ unes màquines de fotocomposició que disposen d'equips ordinadors elementals que funcionen segons el procés que en informàtica es coneix com batch o per paquets de dades, de caràcter ~~centralitzat~~ centralitzat en cada aparell.

Es tracta d'un canvi a nivell de màquines concretes. Una màquina de fotocomposició, dotada d'uns certs recursos informàtics

substitueix la ~~... ..~~ linotípia. Es un canvi positiu i ben rebut que no complica gaire el panorama. Es guanya en netedat, higiene, nivells de soroll, ~~...~~ velocitat i qualitat.

Es bàsic subratllar que en alguns casos, en aquest país, ens ~~...~~ trobem simplement en aquesta fase i, per tant, els problemes no s'han agreujat com ho seran quan s'arribi a l'etapa posterior de modernització.

II. La informàtica proposa sistemes. En una segona fase, els progressos de la informàtica permeten incorporar a la tecnologia de les arts gràfiques el procés en temps real, es a dir, el que permet una ~~...~~ entrada i sortida simultània de dades entre l'operador i la màquina. Això fa evolucionar la incidència de la informàtica en les arts gràfiques d'una manera clau. La informàtica pot proposar unes noves <sup>maneres</sup> ~~maneres~~ de fer les coses i incideix no ja sobre les màquines concretes sinó en la forma de sistemes.

El resultat, per a dir-ho ras i curt, ha estat bastant penós. Ha estat un resultat de pràctic caos. S'ha desballestat el plantejament tradicional del treball i s'han introduït nous sistemes que no han quedat integrats d'una forma ~~...~~ coherent i global. El que ha passat finalment és que els avantatges tècnics s'han quasi esvaït i tot ha desembocat en una notable frustració.

Si deixem de banda els avantatges d'espai, netedat tècnica i major higiene que s'han aconseguit amb els equips incorporats es difícil precisar les millores assolides en velocitat i qualitat amb els nous procediments de fotocomposició. Si en alguns casos, els guanys de temps en la composició s'han neutralitzat en ~~...~~ un muntatge més lent que el normal en tipografia, en altres, la millor qualitat de la composició ha quedat penosament equilibrada pel desgavell dels muntatges defectuosos.

Cal ~~...~~ aturar-se en ~~...~~ la ~~...~~ consideració d'aquesta fase perquè, de fet, és la que caracteritza la situació en els periòdics catalans que han afrontat una certa renovació tecnològica.

El <sup>(nos)</sup> ~~...~~ al que hem fet referència no és un simple recurs fàcil d'expressió sinó una realitat que es pot comprovar en les dife-  
rents ~~...~~ s'han introduït sistemes ~~...~~ integrats.



és una situació que es defineix per:

- neutralització recíproca dels avantatges d'unes màquines o conjunts amb els problemes plantejats per altres zones del sistema no integrades en el procés d'una forma ~~coherent~~ coherent.

- problemes d'adaptació del personal a la nova tecnologia.

- reducció de la qualificació del personal que ha tingut com a conseqüència una disminució de la qualitat del treball.

- greus problemes de manteniment i alta ~~freqüència~~ freqüència d'avaries derivats dels desconeixement dels materials per part del personal d'impremta i de la inexistència de seccions de manteniment preparades.

- baix o fins i tot nul aprofitament d'alguns elements adquirits sense planificació i que no troben el seu lloc en el conjunt.

- embuts en el procés ~~de treball~~ creats per la diferent capacitat de producció de les diferents màquines o elements.

- fotografia

- sistemes de correcció

- títols

- incapacitat de creació de programes de treball optimitzats que permetin obtenir un <sup>rendiment</sup> ~~rendiment~~ de les màquines i del personal.

En els moments actuals es produeixen molts punts morts i embuts.

Subratllarem a continuació algunes de les raons que han conduït a la situació d'inadaptació que es pateix en aquests moments.

Hi ha tota una sèrie de factors que es poden resumir d'alguna ~~manera~~ manera en una qüestió bàsica. L'aplicació de la informàtica al camp de les arts gràfiques s'ha fet amb un problema de naixement no resolt. Els tècnics de les cases productores de ~~material~~ material d'impressió no disposaven d'experiència ~~sobre~~ sobre el treball propi de les arts gràfiques i, més concretament, de la realització de diaris, i varen ~~aprofitar~~ aprofitar tècniques, sistemes operatius, software pensats des del començament per a d'altres activitats.

De fet, s'ha aprofitat el software preparat per a la gestió d'empreses perquè va semblar en un principi que el <sup>(era)</sup> ~~era~~ més adequat entre els disponibles en aquells moments, la primera meitat dels seixanta.

L'experiència posterior ha demostrat a bastament que els plantejaments d'un programa operatiu per a la gestió d'una empresa eren molt diferents dels que calen per a la ~~gestió~~ direcció de les tasques pròpies d'un taller d'impressió de diaris. Els equips ~~introduïts~~ introduïts en aquesta fase han donat uns resultats pobres i han patit d'una gran rigidesa, fruit d'una concepció inadequada.

Pensem, ni que sigui per sobre, en quines són les característiques bàsiques d'un programa per a la gestió d'una empresa i veurem tot seguit la seva inadaptació a una feina com la de confecció de diaris. En el cas de la gestió d'empreses es tracta d'un ~~programa~~ software que ha de ~~resoldre~~ resoldre problemes que, com els de nòmina, facturació i stocks, tenen una relació entre ells molt limitada i que de fet poden manipular-se separatament durant llargs períodes de temps. Què passa en canvi, en el procés de realització d'un diari? Ens trobem en aquest cas davant un munt de tasques que estan totes elles relacionades entre ~~elles~~ si d'una manera íntima i constant. Si volem anar a una automatització no <sup>es pot</sup> pensar en la direcció amb ordinador, separatament, d'una ~~feina~~ feina de compaginació de planes, de la ~~composició~~ composició dels textos, la reproducció de les fotos i o el traçat dels filets. Tot està absolutament relacionat i tot pot canviar en funció de ~~la~~ l'alteració que es produeixi en un punt concret.

Es obvi que els equips concebuts per a la gestió d'empreses han dut a uns resultats de rigidesa i a un ~~rendiment~~ rendiment baix que no ha permès més que reduccions de temps i increments de qualitats en fases concretes del procés. Els problemes s'han accentuat, d'altra banda, pel fet que els sistemes han estat pensats en aquesta segona fase que comentem d'acord amb el principi de la informàtica centralitzada, es a dir, de la constitució de conjunts dirigits molt fermament per un ordinador central potent. En aquests sistemes, els terminals - pantalles, teclats perforadors, ~~impressores~~ fotocomponedores ...- són poc "intel.ligents" i no estan preparats per a fer ~~operacions~~ ~~operacions~~ gairebé res sense la direcció de l'ordinador central.

7

A més, la inseguretat pel que fa al software aplicable als grans ordinadors centrals i els defectes de concepció dels sistemes han dut a la pràctica impossibilitat de les connexions on line amb una gran reducció de les possibilitats de racionalització total de la lògica d'un sistema basat en ordinadors.

S'ha de ~~tenir~~ tenir en compte també que en la preparació de sistemes per part de les empreses productores del material, pel fet de la manca general d'experiència en el terreny de les arts gràfiques, ~~però~~ s'ha tendit a prescindir de la realitat de les formes concretes del ~~treball~~ treball en el ram i a imposar-ne d'altres, potser més racionalitzades però inviables per a una aplicació immediata.

Es important remarcar igualment que el sistema d'informàtica centralitzada pateix el greu problema del risc de colapso absolut de tot el <sup>conjunt</sup> ~~sistema~~ quan es produeix una avaria en l'ordinador central, emergència que pot ser ~~no~~ acceptable en el cas d'una empresa de qualsevol altra mena ~~però~~ però que pot resultar ~~extremadament~~ dramàtica en un diari. Les solucions ~~que~~ aportades per a evitar aquest problema són certament cares, d'altra banda, ja que resideixen en la duplicació de la unitat central (UC) i en la connexió de les dues mitjançant un element de conversa que té un rendiment bastant baix <sup>perquè</sup> ~~però~~ exigeix un temps important simplement per a la constatació de que ~~les~~ ambdues unitats funcionen correctament i per a la comunicació continuada i recíproca d'aquesta notícia.

III. Aprofitament de l'experiència. Minimització dels problemes. La tercera fase es caracteritza fonamentalment pel fet que és el resultat de la interacció entre les propostes de les empreses productores i les reaccions sorgides dels tallers ~~de~~ confeccionadors de diaris a partir de l'experiència dels materials anteriors.

Cal assenyalar que és una fase en la que no han entrat encara els diaris d'aquí i que es dirigeix, de moment, en una perceptible línia de minimització dels problemes ~~de~~ apareguts fins ara. No es pot dir sense més matisacions que s'hagin resolt tots els problemes de <sup>y</sup> concepció dels sistemes però sí que és evident que ~~comença~~ comença a ser possible la configuració de sis-

temes integrats i modulars que siguin viables, sempre que el seu disseny es faci amb prudència i un alt coneixement tècnic dels materials que s'ofereixen en el mercat i ~~amb~~ de les necessitats pròpies actuals i futures previsible.

En aquest estadi s'ha produït una modernització molt gran en els aspectes electrònics de les fotocomponedores, que han incrementat fortament velocitat i seguretat, i, d'altra part, s'ha assumit la tendència a la informàtica distribuïda que ~~elaborada~~ s'estima que és especialment apta per al tractament del problema de les arts gràfiques, vistos els resultats de l'etapa anterior.

La informàtica distribuïda, com potser es pugui desprendre del mateix nom, es basa en una dispersió dels elements intel·ligents del sistema entre les diferents terminals del mateix. L'ordinador central, d'aquesta manera, no ha de ser tan potent i la seva funció passa a ser la d'un element director, distribuïdor i ordenador.

En el cas d'un sistema pensat d'acord amb <sup>un)</sup> ~~un sistema centralitzat~~ centralitzada) plantejament d'informàtica ~~distribuïda~~ ens trobarem amb pantalles de redacció, de correcció o fins i tot de compaginació, amb teclats o ~~unitats~~ fotocomponedores que ~~no poden fer gairebé res~~ no poden fer gairebé res sense l'ajut de la unitat central.

Segons els nous plantejaments, cada element del conjunt està dotat de microprocessadors que li permeten fer raonablement una sèrie de tasques delimitades sense la col·laboració ~~de~~ de la unitat central. Aquest sistema redueix la densitat de comunicacions en l'interior del sistema i el fa més flexible, versàtil i resistent a les avaries.

Aquesta distribució dels elements intel·ligents, sempre tenint en compte la inexistència d'un software experimentat i adequat a les exigències específiques de la confecció dels diaris, fa més fàcil la concepció de sistemes integrats però oberts a canvis en la tecnologia.

Hem remarcat que l'evolució actual era en la línia d'una ~~minimització dels problemes~~ minimització dels problemes sorgits fins ara. Algunes dades ajudaran a fer comprensible aquesta evolució de les coses:

- Simplificació del problema dels codis. Tendència a eliminar els codis críptics i a la seva substitució per una codificació en llenguatge vulgar comprensible per la màquina. Això vol dir que per a dir a la màquina que es vol un títol en línies centrades ja no caldrà escriure una fórmula complicada i estranya sinó simplement indicar-li línies centrades o potser L.C.

- Autolimitació "a priori" de les possibilitats de modificació, elaboració, tractament de la informació de cada peça del conjunt. Es tracta d'una delimitació que evita pèrdues de rendiment innecessàries i que aclareix què és el que pot fer i de fet fa ~~cosa alguna~~ i el que no fa cada màquina.

- Introducció de dades amb sistemes directes i elementals. Això està relacionat, per exemple, amb l'evolució de les pantalles que, a vegades, havien arribat a convertir-se en unes ~~cosa~~ eines més lentes que els procediments tradicionals.

- Major seguretat del conjunt.

- Menys treball per a la Unitat Central que, en no ser un ordinador potent, es molt més fàcil que no es mantingui en nivells baixos de ~~cosa~~ rendiment.

- Reducció de les transmissions dins del sistema.

- Més flexibilitat de treball.

Creiem que no es tan important conèixer les característiques concretes dels sistemes que es proposen ara mateix amb la nova tecnologia que una reflexió sobre els problemes d'ordre professional que ~~cosa~~ estan sorgint. ~~cosa~~ En aquest sentit, pensem que és fonamental tenir en compte un parell de punts fonamentals:

- El canvi tecnològic es ja imparable. Es produirà indefectiblement.

- El canvi agafarà una o altra direcció segons sigui la ~~cosa~~ influència predominant dels constructors o dels usuaris i dels professionals però, en qualsevol cas, ~~cosa~~ la innovació <sup>tecnològica</sup> ~~cosa~~ es produirà, fins i tot ~~cosa~~ si els destinataris se'n marginen.

Les experiències que s'han obtingut de la incorporació a les noves tècniques en la realització de diaris han sigut, com hem assenyalat, polèmiques. Les hem centrades ~~principalment~~ principalment en la seva incidència en els tallers d'impressió que és on ~~l'impacte~~ l'impacte ha estat més contundent. Cal tenir en compte, no obstant, que la innovació tecnològica ~~també~~ afecta també molt seriosament la tasca de les redaccions i que, igualment en aquest cas, ~~els resultats~~ els resultats obtinguts són molt poc clars.

Al diari Miami Herald, per exemple, ~~després~~ després de substituir les màquines d'escriure de les redaccions per pantalles s'ha arribat a la trista conclusió que el temps esmerçat en la preparació de textos era ara un 40 per cent més llarg. Tot té el seu costat positiu, però, i les errades han disminuït seriosament i la redacció té, a més, una sensació molt més clara de dominar el procés de realització del diari.

~~La~~ L'adaptació dels periodistes a les pantalles electròniques ha plantejat problemes pràcticament a tot arreu però es també una realitat que en un sector molt ~~important~~ <sup>(aquests nous elements)</sup> important són quasi indiscutibles. Ens referim a les agències de notícies internacionals. Associated Press, ~~United Press~~ United Press International i la mateixa EFE ho han incorporat ja ~~a~~ a les seves seves centrals. The New York Times té lligades les seves redaccions de Londres i París amb la seu central amb sistemes de pantalles. Sembla bastant clar que si un sector tan decisiu dels periodistes com els que treballen a les agències s'habituen a la pantalla, el canvi serà imperable.

Els dubtes persisteixen, no obstant, i particularment pel que fa a la viabilitat de la pantalla per a la realització d'alguns treballs de redacció i principalment de rewriting molt lligats a una pràctica elemental però eficaç.

Es important a partir de totes aquestes dades tornar a la reflexió encetada. Els canvis tecnològics no s'aturaran però poden ser influïts i seria desitjable que ho fossin per part dels destinataris de la nova tècnica. Si els periodistes i a un altre nivell les empreses no es preparen per a les innovacions es trobaran molt

(opinion)

aviat amb una tecnologia que no dominaran. Els periodistes ~~no podran~~ ~~acon~~ amb el traume ~~de~~ d'unes noves màquines imposades i les empreses no sabran ni per on començar a ~~començar~~ pensar quina ha de ser l'estructura dels seus tallers d'impressió. Pensem només per a fer-nos una idea de l'extrema gravetat de la situació per a les empreses <sup>(d'aquí en endavant)</sup> que en pràcticament totes elles es dona ~~un~~ un ~~no~~ rendiment molt baix per part d'uns materials que han costat molts ~~molts~~ diners i que, ~~de~~ en una gran part hauran de ser substituïts a curtíssim termini ~~de~~ <sup>que és imprescindible</sup> quan s'intenti la racionalització mínima ~~de~~ per a sortir de la penosa situació actual.

GIRAL, Eugeni: "Notes économiques sobre la crisi de la premsa"

A un economista li és molt difícil parlar de la situació econòmica de la premsa entesa com un sector productiu, ja que és desconegut gairebé totes les components que s'utilitzen per a caracteritzar l'estructura i la dinàmica en els altres sectors. Abans, però, caldria resoldre algunes qüestions terminològiques: que cal entendre per premsa?; Tant sols els diaris d'informació general?; Ens intereseu també per la premsa periodica?; Hi ha una premsa catalana?; Per raó de la veïndat dels propietaris de les capçaleres, del capital? Per que és realitzada ací?; La que es ven ací?; La que s'edita ací?,.....Ja s'entén que amb l'imprecisió és corre el risc de generalitzar massa, i per tant de no avançar <sup>gaire</sup> ~~massa~~ en l'identificació dels problemes i l'anàlisi de les possibles solucions.

Uns exemples il·lustraran el que dic. Quina és la situació de la premsa diària d'informació general que s'edita a Catalunya? Val a dir que tant sols és coneix descriptivament l'estructura bàsica del sector: empreses editores, tallers i sistemes d'impressió ( a vegades departaments de les pròpies editores, sovint propietat d'empreses alienes), empreses de distribució (sense que això dongui gaire llum sobre els canals i els seus mecanismes).

Gairebé no se sap res del cert sobre la seva economia. En un intent de protegir als lectors i als ciutadans en general, l'article 24 de la llei de 1966 imposava a totes les publicacions el donar anualment "una nota informativa de su situació financiera". Aquesta obligació ha estat aplicada amb tan poca voluntat de que sigui aclaridora per algú, que pot dir-se es gairebé confusionària (1)

Per conèixer des de fora una empresa i per dir-ne quelcom amb cap i peus cal conèixer, quan menys, un extracte del compte d'exploració i el balanç referits a un exercici i coneguts sense massa retràs. Cap diari català no ofereix una informació que sigui possible de considerar

(1). Ja el 1973 <sup>se</sup> ~~se~~ formulaven atinades crítiques, <sup>per</sup> ~~per~~ part del que és considerat un dels millors experts en economia de la informació, Alejandro Portes: La empresa periodística en España, EUNSA, Pamplona, pp 191-195.



com acceptable. Les notes informatives són tan sumament suscintes que no serveixen per gaire res; el més freqüent és que apareixin referides a la situació d'un any abans (vegeu per ex T.I.S.A. a "La Vanguardia" del 29/X11/76 balanç tencat a 31/X11/75, 29/X11/77 a 31/X11/76, 24/X11/78 a 31/X11/77); que incloguin tant sols un extracte de difícil interpretació del balanç (p.e. Editorial Mencheta s.a. a El Noticiero Universal de 28/X11/78 o La Vanguardia de les dates assenyalades); sense explicitar mai els resultats de l'any, ni tampoc mai ofereixen ni en extracte el compte d'explotació. Això si no succeix, com és el cas de la premsa editada per Medios de Comunicación Social del Estado, que insereix una nota referida globalment a tota la premsa que editem. Pràctica semblant és la de l'Editorial Mencheta que insereix una nota idèntica en totes les seves publicacions (p.e El Noticiero Universal 28/X11/78 i Destino, nº 2153, 11-17/1/79).

Una reforma obligada de la legislació de premsa haurà de garantir els drets de lectors i ciutadans obligant a totes les publicacions a donar a conèixer el seu compte d'explotació en el termini dels tres primers mesos de l'any i segons un compte-tipus; i a totes les empreses editores el seu balanç en totes les publicacions de les que siguin titulars, en idèntic termini i segons un balanç-tipus, adjuntant-hi una nota amb indicació de totes les capçaleres que poseixen, a més dels noms dels accionistes més importants (com ara ja els obliga a fer-ho l'art. 24 i 28 de la llei de 1966); i una referència a les societats en el capital de les quals tingui participació l'empresa editora. (2). Cal preveure que en correspondre a la Generalitat, segons el projecte d'Estatut l'aplicació de la legislació de l'Estat sobre la premsa, sigui establert l'actual "registro de empresas periodísticas" a Catalunya, i obert a la consulta de tots els catalans, en el més breu plaç possible.

(2) Aquesta defensa dels drets dels lectors preocupa avui a molts països. Sense anar gaire lluny i amb aquesta finalitat, pot veure's, per exemple, els treballs de la comissió investigadora de la Cambra de Diputats italiana sobre els problemes de l'informació a Itàlia que són publicats a: La stampa quotidiana tra crisi e riforma, a cura di P. Barile, Soc. Ed. Il Mulino, Bologna 1976, pp604-635.

Per no coneixer, no coneixem amb certesa ni el volum de la producció, i encara menys la dimensió del mercat. Dels 14 diaris d'informació general publicats a Catalunya, tant sols 7 tenen controls de la O.J.D. per a la primera meitat de 1978. Es aventurat suposar-los-hi una tirada conjunta entorn als 550.000 i una difusió mitja d'uns 450.000 exemplars en conjunt? (vegeu quadres de l'annexe 1).

Permeteu-me unes reflexions a partir de les xifres elaborades: a) l'elevadíssim <sup>percentatge</sup> ~~percentatge~~ de retorns (d'invenduts), que ~~nos~~ ens posa en la pista d'un problema cabdal, potser el major per a la premsa diària: la deficient estructura i funcionament ~~del~~ dels canals de distribució. b) l'importància de les vendes al número, de tanta complexitat per a l'empresa editora, amb la conseqüent incidència sobre els problemes de la distribució. c) el paper de les subscripcions (ací englobades subscripcions i serveis regulars): gairabé anecdòtiques en alguns casos, o essencial en d'altres. No explica això reaccions ben diferents davant de la conjuntura? Si comparem la difusió dels mateixos diaris per el període immediatament anterior trobem un lleuger ascens. On és doncs el suposat estancament en el volum del mercat?.

No semblen més clares les coses si ens referim a la publicitat. Vegeu els càlculs que he realitzat a partir de les tirades i de les tarifes d'aquells mitjans. ~~del~~ (annexe 1). El cost proporcionalment baix per l'anunciant de La Vanguardia, es causa i efecte del seu lideratge en aquest camp i motiu de difícil competència, però els diaris de "províncies" (!) no es veuen desassistits per els anunciants locals, tot i tenir un cost proporcionalment alt. Són efectes d'elasticitat i de segmentació i clara diferenciació dels mercats que caldrà analitzar més a fons. Especialment en raó del paper bàsic que té la publicitat en la financiació dels nostres diaris.

Permeteu-me encara considerar un darrer extrem: quin és el comportament dels costos? No disposem encara, a fons, de les dades de cap diari, però podem avançar si considerem les xifres d'una publicació com la "Hoja del Lunes", propietat de l'Associació de la Premsa, editada a Barcelona, en condicions idèntiques a d'altres diaris, i distribuïda tot

Catalunya. L'Associació publica una informació que permet de refer amb aproximació molt notable l'evolució del compte d'exploració, si més no a partir de 1973, any en que es convertí en publicació amb àmbit de difusió a tot Catalunya. Potser cal recordar que les característiques excepcionals d'aquesta publicació són especialment evidents en el que fa a la publicitat (Als efectes de comparació amb els altres diaris, que no als efectes de comprendre la sanejada marxa de la publicació, e inclusiu de l'entit editora) (vegeu l'annexe 2).

Es ben perceptible un continu ressagament en el creixement dels ingressos respecte dels costos; fet que potser correspondria ~~només~~ a un mercat que sembla saturat tant per el que fa als lectors com per a la publicitat, i que serà difícil fer créixer. Comporta això <sup>una</sup> erosió constant dels marges de benefici? És això el que denominem "crisi"? Ben altre conclusió cal acceptar si es té present que tot i això encara els marges de guany resten ben substancials.

Si considerem els principals costos, segons la seva participació en el cost conjunt en el promitg dels cinc anys, és sorprenent que el de més ràpid creixement sigui la confecció, seguit per el del personal i molt lluny del del paper. Per cert que el paper, <sup>que</sup> sempre <sup>és</sup> caracteritzat com a principal culpable, creix per sota del promitg total, i el que és encara més important per sota del creixement dels ingressos. Que poden significar costos de confecció creixents (confecció i tiratge)? Poca competitivitat tècnica i econòmica del sector? ~~Però~~

Però, que en sabem de veritat sobre l'economia del sector premsa?. I ara caldria tornar a començar.

Barcelona, 28/1/79.

	T. ventas vbl (T) (1)	Difusión media (D) (2)	suscrip.ción	ventas adic <sup>o</sup>	Retornos $100 - \frac{D \cdot inv}{T}$
La Vanguardia	203 111	195 555	48	52	4
El Correo Catalán	59 616	46 576	33	77	22
El Noticiero Universal	64 794	50 643	15	85	22
Avui	48 711	37 640	66	34	23
Mundo Diario	65 923	51 559	4	96	22
La Mésia	8 132	7 328	53	47	10
Los Niños	7 617	6 619	45	55	13
TOTAL	457. 904	395. 970	37	63	14

Fuente: <sup>Vigil:</sup> Boletín de la Oficina de Justificación de la Información S.a, Madrid, nº 144 (Feb 78);

154 (diciembre 78); 155 (Ago 78) [Datos referidos a Mayo 77 - Abril 78]

[[ En el mismo periodo se editaban en Catalunya: Diario de Barcelona, Telègraf, Catalunya, Esport, Solidaridad Nacional, La Premsa, Diario de Leida, Diario Español, pero no estaban sometidos a ninguna entidad pública de su difusión ]]

[[ suscripción: suscripciones minoristas por circulación ]]

	COSTE IMPACTO PUBLICITARIO (PTS/1000 copias distribuidas)	
	Pag inferror Reservable	anuncios generales 1 mm de columna
La Vanguardia	470	0.15
El Correo Catalán	204	0.19
El Noticiero Universal	1 065	0.53
Avui	1. 196	0.40
Mundo Diario	970	0.54
La Mésia	3 139	1.64
Los Niños	4 552	1.66

Estadística elaborada por ~~la Oficina~~ <sup>la Oficina</sup> de los medios Madrid, xv nº 52 (Dic 77; Feb 78)

para este tiempo y período, cuando se han calculado en Mayo 77 - Abril 78

	1973	1974	1975	1976	1977
<b>INGRESOS</b>	<b>1472</b>	<b>146</b>	<b>133</b>	<b>175</b>	<b>2301</b>
Ventas	100	126	144	220	287
Publicidad	100	132	135	151	200
<b>GASTOS</b>	<b>100</b>	<b>135</b>	<b>145</b>	<b>188</b>	<b>243</b>
Personal	100	161	145	178	271
ss	100	150	214	271	486
RTP	100	130	150	210	340
Información	100	95	115	155	190
Papel	100	141	143	177	206
Impresión	100	118	170	263	342
Distribución	100	80	94	126	154
Publicidad	100	148	138	150	203
Locales	100	75	50	375	175
servicio	100	113	233	127	307
Cánon eqpt.	100	50	75	100	150

(Se han elaborado los cálculos que figuran por estas partes de los ingresos y gastos de la Asociación de la Prensa de Barcelona, según los Memoria de cada año, de buen recuerdo con los diferentes editores y tiradores por los que han sido mantenidos, que hay que tener en cuenta)

Revisión de la participación a cada negocio y gasto en el total (Años 1973-1977)			
Ventas	33.40	Personal	13.41
Publicidad	61.60	ss	1.78
		RTP	1.-
		Información	4.42
		Papel	21.35
		Impresión	46.50
		Distribución	2.00
		Publicidad	19.07
		Locales	0.35
		servicio	1.50
		Comun.	0.40
	102.00		102.00

## POSIBLES VIAS DE SOLUCION A LA CRISIS DE LA PRENSA

Que la libertad de prensa depende del dinero es un axioma que parece olvidarse a menudo, sobre todo cuando se intenta desentrañar por los analistas las razones de este estigma que viene padeciendo la prensa escrita.

Como se ha dicho recientemente en un diario madrileño, "la libertad de prensa es una libertad económica desde el momento en que necesita para ser realidad, de un soporte periódico con situación económica desahogada".

Según ha puesto de manifiesto Pedro Crespo de Lara, secretario general de la Asociación de Editores de Diarios Españoles, los males de la prensa en el actual marco de depresión económica provienen de estas circunstancias:

- Un descenso continuado en el conjunto del número de lectores, (todos los diarios madrileños de información general, por citar un ejemplo, tienen una difusión media diaria conjunta de 750.000 ejemplares y una tirada de un millón, cifras que alcanza alguno de los diarios populares de Europa Occidental o E.E.U.U.)

- Una cada vez más cara elaboración del producto.

- Un leve incremento de los ingresos por publicidad que no enjugan los crecientes costes.

- La imperiosa necesidad que se les plantea a muchas empresas de sustituir una tecnología envejecida.

- La inhibición del Gobierno ante el problema.

No es necesario insistir en el hecho de que el coste del producto supone casi el doble de los ingresos por venta. De las veinte pesetas que paga el lector por cada ejemplar, cuatro son para el vendedor, una para el distribuidor y con el resto hay que hacer frente a los gastos del papel, las comunicaciones telefónicas, telegráficas y postales.

La publicidad es otro punto negro. Mientras en 1977 la prensa diaria ingresaba en conjunto 4.260 millones de pesetas por dicho concepto, TVE facturaba alrededor de 11.500 millones.

Se hace aquí imprescindible "hablar del Gobierno", como en chistosa emisión televisiva. Tres personajes de la Administración han formulado en los últimos tiempos sendas referencias a los problemas de la prensa y han prometido eficaz intervención. El vicepresidente segundo y ministro de Economía, Fernando Abril Martorell, decía en Ibiza: "Hay que tener en cuenta que la prensa

es un sector muy importante y en estos momentos lo está pasando francamente mal". A su vez, Pio Cabanillas, decía en Cáceres que el Estado ayudaría a la prensa con una desgravación fiscal, la creación de líneas de crédito y ventajas postales. Por último, Manuel Ortíz, secretario de Estado para la Información, declaraba al diario "ABC" tras tomar posesión, en septiembre de 1978: "Hay que llevar a la industria papelera española a la convicción de que debe funcionar con criterios competitivos. Una de las primeras cosas que pienso hacer es llamar a estos señores y decirles que, o producen papel de una calidad razonable y a unos precios razonables o tendrán que atenerse a las consecuencias. Porque si no lo hacen yo me voy a tener que encargar de que el Estado deje de protegerles. Desde luego, no pueden seguir produciendo un papel tan caro y tan malo. Por otra parte, soy partidario de liberalizar la importación de papel".

Han transcurrido seis meses desde la primera declaración y cuatro desde la última, sin mayores consecuencias. El propio Estado tiene un grave problema pendiente y es el de los 35 diarios de la Cadena de Medios de Comunicación Social del Estado (ex Prensa del Movimiento) a los que se añade el diario "Pueblo".

Resumiendo declaraciones públicas, manifestaciones de estudios del problema y demandas reiteradamente expuestas, éstas podrían ser algunas de las medidas a aplicar:

- Créditos especiales con bajo interés y a largo plazo para remozar tecnológicamente a las empresas.
- Tarifas postales, telegráficas y telefónicas mas baratas.
- Beneficios fiscales.
- Desgravación arancelaria en la importación del papel prensa.
- Compensaciones para la venta de ejemplares en el extranjero.
- Inserción en la Prensa escrita de publicidad oficial a tarifas normales.
- Impuestos más bajos en los salarios de los trabajadores.
- Estímulos a la lectura de periódicos y normalizar el mercado de venta: voceadores en la calle, venta en estaciones de gasolina, supermercados, parkings, etc. Invitar al consumo de la prensa escrita a través de RTVE.
- Límites a la publicidad en TVE, que tendrá otra vía de ingresos a través del canon especial por disfrute de televisor.

Roberto Jiménez González

## LA CRISI DE LA PREMSA CATALANA

### Comunicació

#### Jornades sobre la crisi de la premsa

La crisi de la premsa catalana no és simplement un tema que es pugui tractar en ~~dues~~ dos fulls foliadesos, tal com molt raonablement exigeixen els organitzadors d'aquestes jornades per a les Comunicacions, però tot i així, crec que valia la pena fer arribar algunes suggerències sobre una qüestió que, inexplicablement, ha estat oblidada pels qui han decidit la temàtica de les ponències.

La premsa catalana pateix, certament, de les mateixes dificultats que la feta en llengua castellana. No escapa a tots els motius de la crisi que estem vivint. Però a més, pateix ~~uns~~ <sup>algun</sup> motius de crisi que no té la castellana. Un, obviament, el nombre més limitat de lectors. La tasca que la Generalitat pugui fer en l'ensenyament de la llengua catalana contribuirà a que aquest motiu de crisi desaparegui de manera progressiva.

Un altre motiu, molt més complex, té els seus orígens en la repressió patida per Catalunya contra els seus drets nacionals durant els últims quaranta anys. Mentre aquesta repressió era ben viva, era fàcil saber perquè era tan limitat el nombre de setmanaris i diaris en català. Ara que la repressió directa ja ha desaparegut, cal trobar d'altres explicacions.

La manca de lectors de què parlava abans és una de les conseqüències de la repressió que no ha desaparegut. La manca de nous sectors diversos dintre la burgesia que juga la carta del nacionalisme, és un altre dels motius que no augmenti el nombre de diaris i setmanaris, i és, també, una conseqüència de quaranta anys en què era més rendable per a la burgesia mirar a Madrid que ser nacionalista. No sembla que, de moment, aparegui capítol llistes diferents dels que són presents al diari AVUI amb voluntat de fer un altre diari.

Certament que pot intentar-se fer diaris en règim cooperatiu. Les experiències en marxa de "Punt diari", de Girona, i "El temps", de Barcelona, podran ser una manera de comprovar-ne la viabilitat.

La saturació del mercat, que té posibilitats fins i tot nous diaris en castellà a Barcelona, és una altra de les raons que sigui difícil pensar en un segon diari en català, de nova aparició. El mateix problema dels setmanaris.



Com a possibilitats immediates, queden només dues esperances: la premsa de partit, de partits catalans, no cal dir-ho, i la transformació d'algun dels actuals diaris en castellà.

Quant a la premsa de partit, no és pas fora de lloc pensar en què algun pugui arribar a finançar i fer possible un diari. Molt més fàcil hauria estat si s'hagués mantingut la política ~~taxonomica~~ d'unitat de l'esquerra, però la impossibilitat de reconstruir l'Entesa dels Catalans fa suposar que si neix un diari de partit en català, no serà pas d'un partit d'esquerres.

Pel que fa a la transformació d'algun dels actuals diaris en català, val la pena seguir l'experiència de la pàgina de cultura de "Mundo Diario", on es practica un bilingüisme tan normal, que fa pensar que no seria fora de lloc estendre'l al reste de les seccions del diari. La introducció progressiva d'informacions en català, tan bescantada, segueix essent una possibilitat en un país on, com s'ha demostrat, hi ha encara moltíssima gent que no llegeix normalment en català, que li és estrany, i que difícilment s'hi habituarà si no va trobant-ne textos aquí i allà.

Tots aquests pensaments caldria desenvolupar-los molt més a fons. Dos fulls holandesos no ho permeten i per això ~~ho~~ deixo així, en l'aire, com unes reflexions que haurien d'haver estat tractades en alguna ponència. En qualsevol cas, els materials de l'àmbit de mitjans de comunicació del Congrés de Cultura Catalana i els del I Congrés de Periodistes Catalans poden aportar molt més que aquests dos fulls a un debat que caldria obrir aviat sobre el tema. Si no ha estat possible fer-ho en aquestes Jornades, no estaria malament que se'n fessin unes altres.

Jaume Fabre

Jornadas sobre "La crisis de la prensa"

Comunicación:

Armonización de los medios informativos

La crisis de la prensa se atribuye principalmente a cuestiones de tipo tecnológico -paso de la composición "caliente" a la composición "fría", etc-, económicas, sociológicas y políticas.

De todo eso hay, pero también se observa la falta de un reparto adecuado de papeles entre la prensa, la radio y la televisión en lo que toca a la información estricta de la actualidad y su tratamiento por cada medio. Hay periódicos que dan las noticias como si sus lectores carecieran de radio y televisión. ¿Están seguros de ello? A su vez hay emisoras de radio, lo que ya es peregrino, cuyos servicios informativos consisten en la lectura de los periódicos del día. Y hay telediarios que a su vez se limitan a la lectura de noticias de agencia, como si se tratase de una emisora de radio. Y todas estas repeticiones tienen su mismo destinatario: El público.

Item más, en lo que a los periódicos se refiere. Como si estuviéramos en el siglo XIX, o bajo su régimen de censura, que viene a ser lo mismo, se pone el acento en la defensa de la libertad de prensa, que es básica, por supuesto, pero que hoy es insuficiente si no se tiene en cuenta el derecho social de la información, o sea el derecho del público a ser informado, y no de cualquier manera por muy libre que se presuma.

Dada la falta de centros que estudien estas cuestiones con la debida competencia, cabría proponerse considerar la conveniencia y la posibilidad, de que esta Asociación de la Prensa promoviese las investigaciones y estudios permanentes para conseguir un tratamiento específico de la información por los periódicos y que ésta no solo fuese en función de la libertad de prensa, hoy insuficiente, sino también del derecho social de la información.

El asociado:

Manuel Vigil y Vázquez

Barcelona, 29 de Enero de 1979

## CRISI IDIOMÀTICA EN LA PREMSA BARCELONINA

Mentre dels catorze diaris esportius o d'informació general publicats a Barcelona, només un s'escriu en la llengua dels catalans i els altres es redacten en l'idioma dels castellans, pot afirmar-se que la premsa barcelonina estarà en permanent situació de crisi d'identitat. Se sentirà en fals davant les elementals exigències del poble que ha de servir.

Reduir la crisi de la premsa als aspectes econòmics i polítics de la circumstància actual, oblidant els idiomàtics, seria mutilar seriosament la seva essència de servei als drets d'informació i d'expressió que posseeixen les persones individuals i les comunitats socials.

Contemplar en la crisi de la premsa només els continguts que es difonen i els beneficis que no s'aconsegueixen o s'aconsegueixen, prescindint del vehicle verbal que cal envigorir, agilitar i difondre, seria renunciar d'entrada a un aspecte essencial d'un sa, arrelat i honest treball d'informació.

Que la correcta opció idiomàtica entri en conflicte momentani amb interessos econòmics, ja no massa florents amb la situació idiomàtica heretada del franquisme, només faria que plantejar més cruament si els informadors s'han de dedicar al servei primordial del capital o han de promoure en primera instància el bé del poble, encara que això signifiqui trabucar situacions establertes, solidificades al caliu de la dictadura, en altres aspectes prou blasmada i abominada.

Alvar MADUPELL

comunicació a les jornades sobre La Crisi en la premsa

Assoaiació de la Premsa, Barcelona

SJD., 31 gener 1979.

Comunicació a les Jornades sobre la crisi de la Premsa.

Associació de la Premsa de Barcelona. Febrer de 1979

NOTES SOBRE LA CRISI I L'ESTRUCTURA TERRITORIAL DE LA PREMSA A CATALUNYA

per Jaume Guillaumet

A Catalunya, la crisi actual de la premsa ha de ser contemplada també en relació a la seva estructura territorial. Una anàlisi de la seva evolució en els últims temps posa de manifest l'absència de transformacions importants que permetin equiparar la realitat catalana i espanyola en general, amb els models en vigents als altres estats de l'Europa Occidental.

Entre les dades generals de la profunda crisi que travessa la premsa a Espanya i el món, però amb especial atenció al que passa a Catalunya -descens general de tiratges; déficits generals de les empreses periodístiques i perspectives de desaparició de diaris; necessitat de renovació tecnològica de la majoria de les impremtes, frenada per la defensa intransigent dels treballadors dels seus llocs de treball; competència de la radio i la televisió tant en el terreny de la informació com en el de la captació de publicitat; manca d'ajuda estatal al sector; indecissió de les empreses a impulsar el ressorgiment de la premsa en català; desorientació entre empresaris i periodistes sobre la seva funció respectiva en la nova societat democràtica...- les possibles conseqüències de la manca d'adequació de la premsa diària a l'estructura territorial de Catalunya és una dada que cal valorar de manera molt especial.

1. De 1939 ençà, l'evolució de l'estructura de la premsa diària de Barcelona en relació a la resta de Catalunya ha estat molt poc apreciable.

Dels diaris existents a Barcelona durant la Segona República -sis en català i vuit en castellà, cap al final de la guerra civil-, en reapareixen quatre, tots en castellà, que durant molts anys seran els únics, amb la companyia dels altres dos que el nou règim va crear com a òrgans oficials del Movimiento. Només a partir dels anys 60 hi haurà noves incorporacions fins a totalitzar els onze diaris actuals d'informació general i tres esportius, xifra clarament desproporcionada amb l'índex de lectors.

Si durant molts anys, ben bé fins a 1966 que es produeix la petita lliberalització de la Llei de Premsa, l'estancament va ser, comprensiblement, la nota dominant, a partir d'aquesta data hauria estat lògic l'inici d'una etapa d'expansió empresarial, afavorida pel creixement de la demanda derivat de la tímida però real autorització de continguts informatius més acostats a la realitat del país i pel ressorgiment de la vida ciutadana i cultural arreu de Catalunya.

Els resultats comprovables avui són, en canvi, ben poca cosa. En general, la premsa catalana per bé que ha tingut un paper important en la renovació política i en l'avenç cap un règim democràtic i d'autonomia per Catalunya, ha corregut molt pocs riscos en l'aspecte empresarial i, per les raons que sigui, ha preferit mantenir-se amb els menys sobressalts possibles a prendre iniciatives per a una expansió important que, naturalment, haviem de comportar un risc, aminorat sens dubte per la manca de competitivitat general del sector, i la impossibilitat d'amortitzar a curt termini les inversions necessàries. Aquest mateix recel davant l'aventura o les experiències noves, s'ha manifestat també en el moment de crear publicacions en català, de manera que la majoria de les actuacions en aquest camp han hagut de ser iniciatives de caràcter ciutadà.

Per bé que en parlar de l'estructura territorial de la premsa diària espanyola, s'afirma sempre la inexistència de grans diaris estatals o nacionals, segons la terminologia a l'ús, a favor de la premsa nacional o regional, segons també la mateixa terminologia, el fet és que només en casos ben comptats s'ha desenvolupat el model de "diari regional" amb una estructura descentralitzada i diverses edicions segons el nombre de zones a cobrir.

Entre els diaris editats a Barcelona no s'ha donat cap cas d'aquests. Algunes experiències molt modestes que s'han realitzat, demostren, en canvi, una certa consciència de que es tracta d'una via vàlida aquí,

sempre que s'hi posin els mitjans adequats.

Catalunya ofereix un mercat potencial, perfectament tipificat pel que fa als models europeus de "premsa regional". Es tracta d'un país basat en nombroses comarques, caracteritzades per una personalitat diferenciada i una forta vitalitat que històricament ha donat lloc a una gran varietat de premsa pròpia, d'àmbit local o comarcal.

Els anys 60, amb una demanda creixent d'informació, entre la qual la local i comarcal tenia més llibertat de tractament, i amb una premsa comarcal situada en un nivell encara molt elemental, hauria estat lògic el desenvolupament d'un model de "premsa regional" semblant al francès que cobrís un mercat encara verge, no solament pel que fa a la informació sinó també a la publicitat local i comarcal que hauria trobat en les edicions individualitzades del gran "diari regional" un vehicle de comunicació amb el públic de gran interès. L'experiència, per tanç, no tenia solament interès com a servei informatiu sinó que hi havia també la possibilitat d'obrir una nova font d'ingressos.

Només un diari va decidir-se aleshores, però amb uns objectius i uns mitjans tan limitats que difícilment pot ser equiparable als models de "premsa regional" vigents, no solament a la resta d'Europa, sinó adhuc alguns casos d'Espanya mateix. De totes maneres, la resposta favorable del públic és inequívoca.

2. De ben segur que ha estat gràcies a la renúncia dels diaris de Barcelona a conquerir el mercat informatiu i publicitari de les comarques, que la premsa pròpia d'aquestes ha pogut reeixir com ho ha fet. L'existència d'un o varis diaris "regionals" a Catalunya no hauria fet tant patent la necessitat del ressorgiment i potenciació de la premsa comarcal. Aquesta, probablement, no hauria desaparegut, però si que potser hauria tingut un paper menys destacat, centrada en aspectes més concrets de la vida social i cultural de cada lloc.

Els nombrosos periòdics comarcals apareguts al llarg d'aquest

anys no han aconseguit cobrir el buit informatiu que segueix existint. El petit univers de la premsa comarcal ofereix una gran varietat: des de setmanaris informatius que de vegades han esdevinguts veritables institucions i la gent ja en diu "el diari", fins a revistes de vida curta i accidentada, passant per una variada gamma que va des de periòdics esportius fins a butlletins d'entitats que han de fer la funció d'altres publicacions inexistents. En general, està sotmesa a greus problemes d'infraestructura, professionalització i difusió.

En els darrers anys s'ha vist la possibilitat de potenciar des de la premsa comarcal una alternativa a l'actual estructura territorial de la premsa Catalunya i àdhuc a la que hauria pogut ser una "premsa regional" a la francesa. La renúncia aparent de la premsa de Barcelona al mercat informatiu i publicitari de les comarques ha fet pensar en la possibilitat d'un procés de professionalització progressiu, anant cap la creació de diaris intercomarcals que supetin i potenciïn el servei informatiu mínim que han completat els quatre diaris provincials existents -tres del Movimiento a Girona, Tarragona i Lleida, respectivament, i un quart de l'Església també a Lleida- i els locals de Sabadell, Terrassa i Manresa, que com molts altres periòdics locals del Movimiento a Catalunya s'han anat privatitzant silenciosament, davant l'aprovació dels ajuntaments i la passivitat dels partits polítics.

3. Haurà de passar encara algun temps perquè es decaixi la situació cap una o altra alternativa. La premsa comarcal comença tot just ara un procés de professionalització molt prudent que necessitarà uns quants anys per poder donar els primers fruits. Una de les causes de la lentitud d'aquest procés cal cercar-la en l'absència de grups econòmics i empresarials entre els promotors d'iniciatives com les dels diaris intercomarcals amb seu a Manresa i Girona, que seran els primers punts de referència de la seva validesa. Ja solució ajornada al futur dels antics diaris provincials del Movimiento segueix sent d'altra banda un element fonamental a tenir en compte.



De totes maneres, la realitat de la premsa comarcal és molt diversa en les diferents regions de Catalunya. Des de comarques com les de la regió de Girona o les del voltant de Barcelona, que registren els índexs més elevats de publicacions i tiratges, així com de difusió de la premsa diària de Barcelona, fins a d'altres com les terres de Ponent i de Migdia, a la província de Lleida i a l'interior de la de Tarragona, que són sovint un veritable desert informatiu.

En tot cas, el que sí sembla improbable és que es mantingui per gaire temps més, un panorama com l'actual de la premsa diària a Barcelona. Aquí els efectes de la crisi general del sector s'accentuen per l'atomització, amb un desfase important entre els tiratges i els costos ~~afegim~~ de producció de la majoria.

Es una situació ben singular, que d'una xifra aproximada de mig milió d'exemplars de tiratge global dels onze diaris d'informació general donaria una mitja inferior als oinquanta mil exemplars, si no fos que un de sol se n'emporta més de la tercera part. Els altres deu es disputen la resta amb un promig encara més baix, tot reiterant sense gaire variacions el mateix model informatiu.

En aquesta situació de transició i d'expectativa, es comença a reconèixer l'existència d'un mercat encara per explotar que podria haver salvat pèsser més d'un diari de la crisi. La inògnita ara és saber qui se l'endurà: algun d'aquesta diaris que fins ara no han estat capaços de sortir de la comoditat de Barcelona o aquesta premsa comarcal i intercomarcal que intenta modestament fer-se un lloc pel futur.

Com a membre de la Junta de l'Associació de la Premsa i de la seva ponència de Cultura que ha promogut les jornades que estem celebrant, voldria assenyalar- amb dispensa prèvia d'aquesta referència personal-, que el marc que varem proposar pel nostre debat, és el de la crisi en general de la premsa escrita, amb l'anàlisi d'uns factors específicament locals al costat d'altres d'abast continental que reflecteixen circumstàncies comunes de canvi en aquest àmbit sectorial de la comunicació.

Això no vol dir que, <sup>des de</sup> ~~la~~ seva convocatòria, <sup>s'</sup>hagi volgut menysprear els problemes concrets ~~que~~ de la crisi que, amb una incidència històrico-política profunda, afecta la premsa pensada i escrita en català. Fora absurd pretendre d'oblidar la vigència vivíssima d'aquesta problemàtica. Ben al contrari, som conscients que la crisi de la premsa catalana s'enfronta, obviament, a un doble paquet d'obstacles: uns obstacles, comuns ~~al~~ a tota la premsa <sup>que</sup> afecten a costos, organització empresarial, professionalitat etc. <sup>que</sup> que s'esmenten a l'ordre del dia de les jornades, i uns altres obstacles que- sense que hagin de quedar exclosos del debat- accentuen la gravetat dels anteriors en pertànyer

- a la crònica de la repressió cultural franquista,
- a l'anorreament que la dictadura va fer de tots els drets nacionals de Catalunya i als efectes residuals ~~que~~ d'aquesta destrucció <sup>que</sup> es troben incrustats a una política reformista de centre, i
- a la complicitat de les forces financeres i oligàrquiques autòctones amb aquesta política.

Fetes aquestes observacions. cal dir que ens semblava massa lleuger, sense perjudici ~~de~~ d'una funcionalitat i utilitat, que una temàtica d'abast tan important i directe pels professionals de Catalunya, fos inclosa profitosament a la confrontació necessàriament limitada d'una o de dues ponències. Altrament, hem tingut la certesa absoluta - i ens ratifiquem en aquesta creença- que operativament qualsevolga fórmula de tràmit, no hauria afavorit aportacions més notables i enriquidores de les que, ara com ara, hom ha enregistrat des de plataformes tan unitàries com han estat el Congrés de Cultura Catalana i el I Congrés de Periodistes Catalans que es va celebrar pel febrer del 1978.

En aquest sentit les conclusions concretament de l'àmbit

Mitjans de Comunicació del ~~222~~ Congrés de Cultura Catalana i els documents elaborats per les ponències "Prensa en català" i "Elements per a una política d'informació de la Generalitat", així com el que assenyalava el punt <sup>4</sup>12<sup>15</sup> del Manifest final del Congrés de Periodistes, esdevenen acords centrals perfectament vàlids i uns punts de partida prou debats com per a emprendre, a partir d'ells, un <sup>discussió</sup> ~~debat~~ específic sobre premsa catalana, en totes les seves manifestacions.

Aquest voldria ser l'objectiu central de la meua comunicació. Les jornades d'ara, que pel seu caràcter obert no exclouen - inassisteixo - el tema, haurien de servir per a estimular-ne unes altres amb règim de simposium o seminari, sobre la situació de la premsa catalana i les seves perspectives immediates.

Es per això que, sense voluntarismes ni desmesurades il·lusions participatives, vull suggerir la necessitat d'endegar aquest nou debat específic, abans no s'hagi acomplert el procés institucional autonòmic català. Per aquesta banda, no crec que el calendari se'ns tiri a sobre; crec, malauradament, que tindrem temps.

Caldria que aquest debat fos:

- 1er.- Obert a un treball de comissions (premsa comarcal, premsa urbana de masses, premsa de partit, etc.) amb possibilitat d'abastar altres mitjans de comunicació o qüestions socio-polítiques de base (català a l'ensenyament, cooficialitat, etc.)
- 2on.- Interprofessional, amb participació d'economistes, sociòlegs, lingüistes, etc. al costat de professionals de la informació.
- 3er.- Motiu d'interpel·lació als partits polítics sobre llurs plantejaments de l'ús de la llengua catalana als maxi mitjans de comunicació, d'acord amb l'article 3er. del projecte de l'Estatut d'autonomia.
- 4rt.- Definidor de les bases i reglaments de l'Institut Català de la Informació (ICI), entitat en la qual ~~xxhi~~ haurien d'estar implicades la Generalitat, la Facultat de Ciències de la Informació i l'Associació de la Premsa.
- 5é .- Instrument, en darrer lloc, de valoració concreta de la capacitat i voluntat de finançament d'una premsa catalana per <sup>Sobretot</sup> part d'aquells grups econòmics dits nacionalsites.

LA CRISI DELS MODELS DE DIARI I DELS GÈNERES PERIODÍSTICS

Comunicació de Josep M. Casasús Guri

La desorientació pel que fa als models de diari i la confusió que hi ha ~~en~~ quan als gèneres periodístics són dues de les característiques més paleses i més definidores de l'actual situació de crisi per la que atravesa l'exercici de la professió de periodista a la Premsa de Catalunya.

Una àmplia majoria de periodistes, però també d'empresaris, executius i tècnics de Premsa, tenen dificultats no tan sols per a identificar i definir el repertori de menes de diari establert per la pràctica i la doctrina periodística internacional, sino que en molts casos fins i tot no estan en condicions de tipificar exactament la classe de diari que editen o en el que treballen a tenor de les classificacions de tipologia hemerogràfica més elementals.

Si volem recórrer a un exemple d'un altre camp de l'activitat pública que ens ajudi a adonar-nos de la magnitud d'aquesta anomalia i anem a raure al teatre diríem que el professional que és incapaç d'explicar si treballa per un diari genuí informatiu-interpretatiu o per un diari popular-sensacionalista o per un diari que hagi optat per una fórmula híbrida ~~de diari~~ d'opinió-informatiu està en la mateixa delicada situació que l'actor que en un moment donat no sap si està representant una comèdia, una tragèdia o un vodevil. Tant en un cas com en un altre el treball del professional afectat esdevé grotesc i certament inútil.

Al marge dels segments de responsabilitat que en aquesta matèria puguin pertocar als empresaris queda molt clar que per al professional del periodisme el desconeixement d'aquest element bàsic de la identitat del medi pel que treballa desencadena una sèrie d'efectes negatius multiplicadors certament alarmants. El coneixement i definició del model de diari és absolutament imprescindible perquè comporta triar entre radicals opcions de treball, comporta l'elecció d'entre diferents alternatives funcionals, molt decisives, en el camp del tractament de la informació i de l'opinió, de les fonts informatives, de l'estil de redacció, de l'organització del treball periodístic, de la confecció i compaginació del diari i dels gèneres periodístics. Pel que fa als empresaris el model de diari comporta polítiques i decisions específiques en el camp dels plans de distribució i venda, de la infraestructura tecnològica, de la planificació publicitària i de l'expansió general del projecte desenvolupat.

De la desorientació o ignorància ~~en~~ quan al model del propi diari

s'en ressent inevitablement tot el treball global del periodista, la tasca d'equip dins de la Redacció i, consegüentment, l'evolució i els resultats del diari. Es a dir, la ignorància del propi model de diari no és tant greu per sí sola com perquè suposa al mateix temps la ignorància de les diferents tècniques de l'ofici i dels coneixements teòrics específics que cada tipus de diari requereix.

No cal escorcollar gaire per a concloure que, en general, a Catalunya al màxim que hom arriba en aquestes qüestions és a distingir entre categories hemerogràfiques avui en dia tan irrellevants com la de "diari de matí" i "diari de tarda" o entre classificacions tan òbvies, inclús pels no professionals, como són les establertes entre diaris de informació general i diaris esportius. Els altres tipus de classificació tipològica, encara que siguin tan elementals i senzills como els establerts a partir de la distinció entre "standards" i "tabloids", comencen a ésser una mica exòtics entre nosaltres.

Una primera observació dels diaris que surten actualment a Barcelona ens fa palés que la confusió de model és un fenomen dominant a la nostre Premsa. Són una excepció els diaris catalans que s'apropen a algú dels models universalment reconeguts.

Es cert, tanmateix, que la manca de concreció tipològica és un tret general molt característic, i gairebé privatiu, de la Premsa espanyola en relació amb el panorama hemerogràfic que domina a la resta del món, però aquest fenomen típicament ibèric presenta a Catalunya unes dimensions exagerades. A Madrid hi ha diaris com El País, Diario 16, El Alcázar, ~~El Alcázar~~, que presenten un elevat grau de definició tipològica difícil de trobar en cinc diaris de Barcelona.

Però si bé en el cas de la imprecisió del model de diari es pot aduir que és una responsabilitat compartida amb els empresaris, la manca de definició dels gèneres periodístics i de domini de les seves respectives tècniques, molt freqüent també a la Premsa catalana, és una qüestió que afecta integrament als professionals del periodisme.

La comparació dels gèneres periodístics emprats generalment a Barcelona amb els que dominen avui a la Premsa internacional, o si més no a la de Madrid, ofereix uns contrastos notables.

No cal referir-se únicament a l'abandó de rigor de classificació que s'obra va en aquest camp dels gèneres a la Premsa catalana. En aquest ordre de coses només caldria fer esment de que la Premsa de Barcelona és una de les escuduseeres on encara es reincideix, per exemple, en l'ús d'un gènere anacrònic i d'origens tan dubtosos i circumstancials com és l'entrevista de preguntes i respostes. No fóra bó quedar-nos aquí. Aquest és només un aspecte de la qüestió que tan sols té en compte aspectes superficials de classificació, valoració i elecció de gèneres.

Ens ha de preocupar més si cal, degut a que afecta al contingut del nostre treball, la generalitzada manca de definició, de delimitació i de rigor dels gèneres i la feblesa en el domini de les seves respectives tècniques que ha acabat per ésser hegemòniques a la Premsa de Catalunya.

L'anàlisi sistemàtica de les unitats redaccionals més comuns als diaris de Barcelona ens dona uns resultats desalentadors. La majoria d'aquestes unitats són productes híbrids en els que es barregen la informació i la opinió, els recursos dels gèneres impersonals amb els dels gèneres personals, les fórmules de l'article amb les del reportatge, les solucions pròpies de la crònica amb certs residus convencionals de l'editorial.

La mateixa estructura interna d'aquestes unitats és també molt sovint reveladora del nostre migrat domini dels instruments específics de l'expressió periodística. Quan als Estats Units i al Regne Unit ja fa temps que tracten d'arribar a solucions de redacció de informacions cada cop més sintètiques, clares, completes, explícites i funcionals, basades en un progrés apuntalat en el domini ple de les fórmules clàssiques més acreditades, aquí encara no ens hem posat d'acord per a distingir un lead d'una entradeta i encara no hem lograt consolidar les formes més primàries del periodisme escrit des de les diferents variants de l'estructura piramidal fins als recursos més fonamentals del periodisme informatiu-interpretatiu. ~~com a resultat d'aquesta situació, el periodisme català segueix sent un gènere híbrid i confús, amb una estructura interna que no permet una lectura clara i precisa de les informacions que s'ofereixen.~~

No tenim encara l'estudi comparatiu rigorós que ens permeti afirmar categòricament que en aquests aspectes concrets el periodisme català d'avui està relativament més endarrerit que el que es practicava a la dècada dels anys 30, però d'una primera aproximació als periòdics més importants d'abans de la guerra i als treballs que sobre tècniques de la professió publicaren alguns periodistes de l'època s'en desprén la sensació d'un cert retrocés. En general hi havia un interès

la cultura del propi ofici dels que ara n'estem mancats tot i que funciona una Facultat universitària especialitzada en la formació de periodistes.

Per a sortir d'aquesta situació crítica en la que tots estem immersos, i que en tot cas no es pot deslligar del conjunt de causes que contribueixen al descens dels índexs de lectura dels diaris, la professió hauria de plantejar-se decididament i amb urgència un pla d'acció eficaç i revulsiu.

Aquest pla, que naturalment hauria de dirigir l'Associació de la Premsa, podria anar des de la celebració periòdica de Seminaris de Formació Permanent, en els que hi participessin periodistes estrangers especialitzats en qüestions tècniques, fins a la convocatòria d'un I Congrés Internacional de Periodisme integrament dedicat als progressos de la professió i de la tecnologia periodística, fins a la publicació d'una Revista de Periodisme de contingut rigorosament tècnic.



LA INCERTESA SOBRE EL VOCABULARI I ELS INSTRUMENTS TECNICS ESPECIFICS  
DE LA PROFESSIO

per Xavier ROIG

1

La crisi que, al nostre entendre, es dona en l'exercici ~~del periodisme~~ del periodisme a casa nostra té un ~~del~~ dels seus signes més clars en la creixent incertesa sobre el vocabulari tècnic i els instruments propis i específics de la professió.

Un dels factors que més ~~fortament~~ fermament contribueixen a la delimitació d'una professió concreta és la fixació d'un vocabulari propi i el control d'una perícia en el coneixement i ~~manipulació~~ manipulació d'uns determinats instruments tècnics. Si acceptem com a vàlids aquests elements haurem de concloure que, efectivament, la professió de periodista travessa a Catalunya una crisi significativa.

En el moment actual i en la circumstància concreta del nostre país ens trobem amb una situació que té com una de les seves característiques més evidents una desorientació notable sobre el llenguatge tècnic propi de la ~~professió~~ professió. Es una situació que es configura per una utilització vaga i ambigua de molts dels termes clau, un interès gairebé nul en la consolidació d'un lèxic professional específic i posat al dia i per un coneixement molt limitat dels instruments tècnics propis de la professió.

Una de les conseqüències fonamentals d'aquesta realitat és la difuminació cada cop més gran de les fronteres de la professió. El periodisme va deixant de ser un conjunt ~~homogeni~~ harmònic i sistemàtic de tècniques específiques per a tornar a ser d'alguna manera un terreny per a tots o, com mínim, per a molts: aspirants a polítics i polítics ~~frustrats~~ frustrats, escriptors fracassats o aspirants a escriptors... Tots s'hi troben raonablement bé dins els amples marges d'una professió que no demana gairebé cap coneixement específic.

Els símptomes de l'evolució que denunciem són davant nostre mateix. En subratllarem només uns quants.

Es evident que ~~els~~ els diaris que es publiquen a Catalunya han millorat en els darrers deu o dotze anys. Ara bé, on s'ha produït d'una forma més completa aquest canvi?

Una anàlisi mínimament seriosa i sistemàtica ens conduirà a concloure que l'evolució cap a una modernització i racionalització en

la realització dels diaris ha estat localitzada bàsicament en els seus aspectes formals. I, qui l'ha duta a terme? No hi ha altre remei que admetre que, sobretot en els darrers anys, la modernització formal dels diaris ha estat en gran part l'obra d'uns professionals que no són pròpiament els periodistes amb carnet, els membres oficials de la professió.

Un altre aspecte dels diaris on s'ha produït una millora evident confirma també la nostra tesi sobre la gradual però ~~constant~~ constant difuminació de les fronteres professionals. És el terreny de la informació gràfica en el que s'han donat també unes innovacions clares. Igualment en aquest cas i en una majoria aclaparadora de casos, la tasca ha estat portada per professionals que no són periodistes en el sentit estricte, que no són els "facultatius" oficialment sancionats per la professió.

Es ~~no~~ podria al·legar que els diaris també han avançat en altres aspectes. És la nostra opinió que el canvi ha tingut unes dimensions que tenen poc a veure amb el desenvolupament de la professió pròpiament dit. Els diaris <sup>diuen</sup> ~~deuen~~ més coses que fa uns anys i són més llançats a l'hora de jutjar actituds. No obstant, en la realització de la tasca d'informar, l'evolució ha estat mínima.

No es difícil trobar exemples per a demostrar aquesta afirmació sobre la limitadíssima ~~progressiva~~ progressió operada en el camp estrictament professional. Podem veure com als nostres diaris es segueix insistint en fórmules tan superades com l'entrevista a base de preguntes i respostes, fins i tot en diaris que aspiren a mantenir-se "au dessus de la ~~petite~~ melée" i a constituir un exemple per als altres; es normal que es presenti i tracti la informació sense cap consideració de les exigències que planteja la realitat de la superioritat informativa de la ràdio i la televisió; la incapacitat per a facilitar informació ~~que~~ més enllà de la que s'obté en rodes de premsa és cada dia més penosa i tot un diari que apareix al final de 1978 ~~amb una secció "regional"~~ ho fa amb una secció "regional" que només formalment es ~~no~~ podria diferenciar dels plantejaments iniciats per

5

El Correo Catalán ja fa més de dotze anys, quan les possibilitats tècniques i personals eren molt més limitades.

Es significatiu, d'altra banda, que davant aquest esvaïment de la identitat professional objectiva s'hagi produït un reforçament de les actituds no racionals de defensa genèrica de la professió.

Podem trobar aquí tres posicions ben diferenciades:

- En primer lloc, la posició dels qui exalten unes aptituds ~~especials~~ periodístiques concebudes ~~com~~ com alguna cosa transcendent, donada, no apresada, gairebé màgica. És la posició típica del sector més immovilista de la professió que no vol admetre que hi ha unes tècniques i uns coneixements específics que es poden estudiar i aprendre.

- A l'altre extrem de l'espectre - quasi podríem dir espectre polític - s'ha produït un curiós fenomen de conversió en el model professional-típic d'unes formes concretes i pròpies d'un moment molt determinat. Per a dir-ho en altres paraules, s'ha lligat la idea de professionalitat al manteniment d'uns nivells mínims de ~~polític~~ politització i d'actitud ~~de~~ crítica.

- Un altre plantejament que suposa una certa matisació en relació amb l'anterior és l'actitud neocorporativista que ve fins i tot de l'esquerra. És el reforçament dels lligams associatius com a defensa davant una situació ~~de~~ difusa. Ha tingut entre nosaltres ~~una~~ una manifestació ben clara en les gestions realitzades per part de professors de la Facultat de Ciències ~~de~~ de la Informació, molt poc o gens connectats amb la premsa, per a ingressar a l'Associació de la Premsa.

Voldríem situar l'anàlisi de les mostres concretes de la crisi en un terreny que fos raonablement objectiu. Aportarem, per tant, una relació de dades que, al nostre entendre, suscitem la idea que hi ha hagut una real pèrdua de la unitat i la coherència en el coneixement precís del vocabulari tècnic i els instruments propis de la professió.

Es una realitat difícilment discutible que el llenguatge tècnic professional no solament no s'ha fixat i consolidat sinó que, pel

contrari, s'ha fet cada cop més ambivalent i ambigu.

Hi ha tot un ampli sector del vocabulari específic dels periodistes que ha desaparegut pràcticament de la circulació. Ens referim a tot el lèxic relatiu als mètodes d'impressió tradicionals que era dominat o, si més no, conegut per una bona part dels professionals. Juntament amb el coneixement de la ~~tecnologia~~ tecnologia hi havia un cert domini dels instruments, dels materials, de les tècniques a que feien referència els termes del ~~de~~ vocabulari professional específic.

~~Una~~ Pensem per a evitar divagacions en mots d'ús corrent en qualsevol redacció fa ben pocs anys: foli/foliació, sangrar, arrecada, sangrat francès, pas a l'americana, recorregut, regletejar, interliniar, justificar, pleca, corondel... Avui fins i tot el significat de corondel ens serà pràcticament impossible d'escatir en una redacció de Barcelona on la mitja d'edat dels redactors sigui una mica per sota dels trenta anys.

Es evident que totes aquestes terminologies s'han ~~de~~ vist afectades pel canvi tecnològic i que seria absurd pretendre que es coneixessin a fons algunes coses que ja van passant a la ~~història~~ història. Ara, el problema rau en que el domini per part de la professió d'aquell vocabulari i aquelles tècniques no ha estat substituït per l'ensinistrament en un nou vocabulari i unes noves tècniques.

De la mateixa manera que s'ignora, per exemple, que en el ~~de~~ món de la tipografia la unitat de mesura per als gruixos dels filets és el Punt Didot, es desconeix, sempre parlant en termes generals, que l'element unitat és ara definit per una gradació mètrica o, excepcionalment, en piques... Com s'ignora, d'altra banda, quins són els avantatges i desavantatges dels <sup>discs</sup> ~~discs~~ i les cintes magnètiques en relació amb la cinta perforada de paper, els inconvenients del OCR (lector òptic) o bé el paper de l'ordinador en el procés de fotocomposició.

Tot l'ample camp de la tècnica d'impressió ha estat abandonat a uns ~~a~~ hipotètics tècnics que, per altra part, ningú no s'ha

preocupat massa de configurar professionalment i, el que és més greu, aquest fenomen s'ha donat en un moment de radical canvi tecnològic.

La situació que hem descrit tindria molt poc d'objectable si, conscient i responsablement, la professió hagués decidit abandonar aquest terreny i emprendre una redelimitació de competències i funcions entorn de les tasques exclusivament redaccionals, la qual cosa no sembla que sigui la intenció del conjunt professional com ho ~~se~~ suggereixen, per no anar més lluny, les bases del concurs per a la provisió d'una plaça de compaginador per al ~~de~~ Full del Dilluns, lloc de treball per al que es demana la qualificació de periodista.

Veurem que una situació paral·lela de descomposició de la unitat i la coherència del lèxic i de les tècniques professionals es dóna en el camp redaccional estricte.

Si ademetem com es fa generalment que les formes periodístiques constitueixen avui un conjunt harmònic, determinable i específic i no el desenvolupament o la degeneració d'altres formes d'expressió literària, haurem de concloure que l'evolució que s'ha registrat a Catalunya durant els darrers anys no ha estat pas en la direcció de reforçar l'especificitat de la tasca professional periodística.

Quan una professió està estabilitzada i ben delimitada, els seus titulars dominen amb naturalitat i solvència un mateix llenguatge propi, que és diferent del que empren altres professions. De la mateixa manera, coneixen i dominen l'ús de determinades eines, també pròpies de la seva professió. Des d'un altre punt de vista ~~ella~~ són al corrent de les fórmules, les expressions, la terminologia i les innovacions que es registren als llocs on, en el camp de la seva competència professional específica, es dóna una situació hegemònica.

Significativament, sembla moltes vegades ~~que~~ <sup>que</sup> els nostres periodistes només coneixen com a expressió procedent de més ~~enllà~~ enllà de la frontera la de societat de redactors.

El gruix més important dels professionals catalans treballa en els 14 diaris que surten a Barcelona. La gran desorientació exis-

tent sobre els models de diaris i les seves característiques es reflecteix en les dificultats que troben els mateixos periodistes per a analitzar, debatre o tractar els problemes d'aquests diaris, si no és amb un lèxic ple de vaguetats, manllevat de totes les professions frontereres.

Aquests professionals ~~manllevats~~, és una realitat, difícilment troben els mots per a definir els diferents tipus de diaris o les evolucions que puguin sofrir. I es va a parar, com a conseqüència, a ~~tipologies caduques~~ tipologies caduques com ~~podria~~ podria ser la de diari de matí/diari de tarda que hom arriba a tenir la impressió ~~de~~ que és ~~la~~ l'única en circulació malgrat la seva quasi nul·la virtualitat actual.

I es cau, encara,, en ~~un~~ un recurs molt més pobre com és el de la identificació de la categoria amb un exemple concret de la mateixa davant la impossibilitat de ~~fer-ne~~ fer-ne la definició general basada en una abstracció i sistematització dels seus trets diferencials i significatius. I així és normal que es parli de "un diari tipus El País" o "d'un País" matissat d'aquesta o aquella manera quan abans, fa només uns anys, era normal que les referències cultistes es fessin sempre al "tipus Le Monde". Més enllà del prestigiós diari parisenc, ara com fa uns anys, tot és una vasta "terra incògnita", perillosament ~~tecnocràtica i capitalista~~ tecnocràtica i capitalista.

La despreocupació existent per aquest aspecte tan essencial dels coneixements professionals arriba fins a l'extrem que en el llibre d'estil de l'últim diari sortit a Barcelona no es fa esement ni explícit ni tàcit del model al que s'acull.

La desorientació és semblant quan s'aborda el problema dels gèneres periodístics. És normal aquí que es posi en marxa tota una tipologia absolutament tronada procedent dels primers intents sistematitzadors de l'ensenyament dels començaments de les escoles de periodisme a Espanya. És una tipologia llarguíssima ~~en~~ on es recullen models com la columna, el comentari i tota mena de rarieses que, afortunadament, no té cap vigència pràctica ~~però~~ però que encara s'ex-

plica amb més o menys ~~no~~ precisió i entusiasme a les noves facultats.

Entre els nostres periodistes és corrent que es parli de tots els gèneres imaginables però ja és més estrany que s'abordi amb la concentració que mereix el problema de la informació, el que en terminologia anglo-saxona es coneix amb el suggerent nom de hard news i que ocupa el vuitanta per cent de l'espai en els diaris moderns, els diaris parlats i els telediaris. Es pontifica, en canvi, sobre un nou periodisme crític, sobre un també nou gènere d'informació personalitzada i sobre la superació de la informació estricta.

La preocupació pel que és la informació s'ha reduït tant que, lògicament, la confusió és molt gran quan es tracta de qüestions relatives a la seva estructura. És corrent que en una redacció s'arribi a parlar del lead però ja no és tant normal que se sàpiga gaire què vol dir aquest concepte ni l'evolució que ha sofert la seva construcció i contingut en els darrers anys en la premsa més ~~avanzada~~ moderna. A voltes es confon lead amb la diferenciació tipogràfica del mateix i amb freqüència planeja ~~conferències~~ tangencialment sobre altres termes també molt poc aclarits com són els d'entradeta o davantall.

Una confusió similar s'organitza quan es parla de totes les fórmules de redacció informatives que és normal trobar en qualsevol manual per a la formació de periodistes o en els llibres d'estil dels diaris i agències importants. O quan s'aborden ~~algunes~~ qüestions tan debatudes com els índexs de legibilitat. Aquí, pel que sembla desprendre's de l'absència de debat, no existeixen aquesta mena de problemes i un estil periodístic polivalent serveix per escriure a La Vanguardia com a Tele/expres o fins i tot ~~algunes~~ a Destino o Triunfo. Tot seria, com a màxim, un problema de gradació crítica. A uns llocs, com es de coneixement general, es pot criticar una mica més que en altres.

En aquest marc tan precari, uns quants conceptes són fets anar en doina quan es tracta de parlar de periodisme davant qualsevol auditori. Segons aquest planteig, les formes d'expressió periodístiques no es ~~podrien~~ definirien ~~elles~~ sinó per ser particularment



dinàmiques, àgils, vives, fresques, lleugeres... Les diferències entre els tipus de diaris acabarien situant-se, doncs, en distints nivells de dinamisme, agilitat, vigor, frescor o lleugeresa...

El fet és que els periodistes ens trobem condemnats a emprar un llenguatge ambigu i polivalent si no volem ser anatematitzats com a tecnòcrates. Què se'n treu, si no, de plantejar dubtes en una redacció sobre si és correcte seguir dient llençat al que seria més aviat la paginació o de demanar que es ~~mantingui~~ deixi de dir pauta a la maqueta, maqueta a la pauta o, per a donar un cas ben insòlit, planilla a la maqueta?

La realitat és que els problemes es situen en un nivell especialment baix de sostre com el descrit. Perquè, quants periodistes sabrien diferenciar el format standard del tabloïd i treure'n les conseqüències relatives a la compaginació i a l'estil de redacció? És aquesta la més elemental qüestió lligada a l'existència d'uns models de premsa estabilitzats en un univers que, al marge que agradi o no, és hegemònic. I tanmateix, aquestes realitats són aquí, a casa nostra, via les línies de telex i telefoto.

No obstant això, una majoria dels periodistes d'aquí ignoren gairebé tot sobre aquestes qüestions. No cal ja preguntar-se quants dels nostres professionals són capaços d'usar directament el telex sino, per exemple, quants d'ells coneixen el baud o baudi (unitat de velocitat de transmissió de dades) que en ocasió de la posta en marxa del servei EFE-català era gloriósament traduït per volti ~~manera~~ en un diari de Barcelona.

La ~~manera~~ desconexió amb el vocabulari tècnic és tan notable que acaben adquirint un regust exòtic el lèxic i els hàbits de treball de les agències internacionals de notícies que són ~~manera~~, en canvi, un dels fonaments clau en el món de la comunicació com es subratlla, d'altra banda, en un dels més prestigiosos llibres de capçalera dels periodistes progressistes. És absolutament insòlit que es dominin termes d'ús tan corrent com stringer, staffer, caption, pool o round up, que es coneixi el desplegament internacional de ~~manera~~

les agències i les seves connexions o fins i tot que se ~~sàpiga~~ sàpiga què és un collect press card i on s'aconsegueix.

Tot el referent a la informació gràfica ha estat també pràcticament abandonat malgrat ~~que~~ que la fotografia sigui cada cop més un món sense secrets per als periodistes professionals dels països occidentals i que la tecnologia d'aquest sector ha evolucionat de ~~una~~ manera que això sigui possible. Tret d'alguna ~~excepció~~ excepció molt concreta que s'ha començat a configurar en un diari popular de Barcelona, la majoria dels nostres periodistes tenen uns coneixements limitadíssims sobre la ~~informació~~ informació gràfica. Quants d'ells saben, per exemple, els avantatges relatius en ~~preu~~ preu, resistència i qualitat entre les diferents òptiques existents al mercat? O quants han sentit a parlar de les noves càmeres compactes o bé coneixen les característiques de les noves pel·lícules de color o ~~en~~ els graus de sensibilitat del film TRI X?

Feta aquesta exposició voldriem fer un breu repàs als factors que, en la nostra opinió, han influït en l'evolució de la situació:

- La desaparició de les escoles de ~~del~~ periodisme.- La ~~substitució~~ substitució de les escoles de periodisme per les facultats de ciències de la informació ha portat a una ~~una~~ degradació molt greu de l'ensenyament del periodisme en els seus aspectes tècnics més específics. És evident que la formació dels periodistes ha evolucionat d'una manera que tot el conjunt de coneixements tècnics que formaven una part de cert pes en l'ensenyament ~~ha~~ ha tendit a reduir-se, a perdre importància en ~~relació~~ relació amb el conjunt del curriculum acadèmic i, el que és pitjor, a deixar de ser-ne l'esquelet.

- Increment molt notable en el nombre de diaris.- L'augment del nombre de diaris ha estat un factor que ha desballestat totalment l'elemental però certament efectiu sistema d'aprenentatge pràctic que s'organitzava en alguns diaris on s'anava creant una certa tradició professional més o menys coherent. En els moments actuals, pràcticament totes les redaccions dels diaris de Barcelona són de composició recent. A cap d'aquests diaris és possible la connexió dels

nous ~~era~~ redactors amb una línia coherent d'aprenentatge, lligada a una experiència i una pràctica.

- Canvi d'orientació en la feina del periodista.- La politització extrema d'una part important dels periodistes ~~4~~ ha estat també un factor important per a la caracterització de la situació actual ja que ha desplaçat progressivament l'èmfasi professional sobre uns aspectes concrets i unes formes determinades d'exercir la professió en un moment especialment crític. El resultat ha estat que entre la majoria dels periodistes que per a simplificar en direm polititzats és molt gran la reticència a davant qualsevol intent d'afirmació de les tècniques específiques de la professió. Tot moviment en aquesta línia és considerat ~~apartat~~ sospitós i a partir del convenciment que la situació actual és un gran pas endavant es rebutgen els intents racionalitzadors.

- Desconnexió dels professionals catalans en relació amb les agències de notícies.- Una de les causes més clares de la pèrdua de nivell tècnic en la professió a Catalunya rau sens dubte en les gairebé inexistentes ~~de~~ possibilitats que tenen els periodistes del nostre país de fer l'experiència de treball en les agències de notícies. Això ha afectat greument el seu ~~background~~ background tècnic i ha dificultat també molt seriosament la seva connexió amb les noves tècniques.

- Marginació dels periodistes catalans en relació amb els treballs professionals a l'estranger.- Encara ~~que~~ que hi ha tota una colla de periodistes catalans treballant ara mateix a l'estranger com a corresponents, s'ha d'admetre que la majoria ho fan per uns diaris que no els permetran incloure aquesta experiència en el marc d'una carrera professional complexa. Pràcticament tots ells estan fent una tasca que és més aviat la del cronista, per a usar un terme ben propi d'aquest país, però seria excessiu dir que són els homes que dominen les tècniques de la ~~informació~~ informació a nivell internacional, que viatgen d'un lloc a l'altre al primer avís, que són capaços de ~~transmetre~~ transmetre des de qualsevol lloc o que podrien reincorporar-se aquí a la professió sense traumes per a fer-se càrrec de l'organització

d'un diari, una revista o una agència de notícies. Les feines que permeten aquesta mena d'experiències, ara i aquí, són de forma pràcticament exclusiva l'agència EFE i RTVE i potser algunes altres que es poden lligar a partir d'aquestes plataformes. No cal dir que la presència de periodistes catalans en els referits mitjans és migrada i, sobretot, marginal.

- Desconnexió amb la modernització tècnica.- D'una forma general es pot dir que els periodistes catalans han estat i segueixen estant molt al marge de tot el procés de modernització tècnica que ha registrat la professió. De fet, tota la premsa d'Espanya ha evolucionat una mica al seu aire, sense connexions amb el que s'ha anat produint durant aquests trenta o quaranta darrers anys a la resta del món occidental. I si a nivell d'empreses, els resultats de l'evolució són ben evidents, no és menys cert que un aïllament molt gran s'ha donat entre els professionals.

Aquest fenomen s'ha agreujat d'una manera especial per raó dels canvis que han aparegut en el terreny tecnològic. No existint els canals de formació normalitzats, el resultat ha estat un desenvolupament de les noves tècniques sense gairebé cap participació dels professionals.

La realitat de l'existència d'una crisi professional és al nostre entendre indiscutible. Les causes són clares però, d'altra banda, complexes i difícils de superar. És evident que no hi ha solucions màgiques, fàcils i immediates. No obstant, creiem que un pas és imprescindible si es vol corregir la situació. Primer que res, la professió ha d'admetre la realitat de la crisi i rebutjar amb fermesa les temptacions constants de protagonisme i la tendència a la seva pròpia sobrevaloració que ha estat tan afavorida per la seva participació en el canvi polític.

Admesa la realitat de la crisi professional i encetat el debat, les solucions s'hauran de buscar, al nostre entendre, pel camí d'una reforma urgent dels sistemes d'aprenentatge professional

i d'accés a la professió que ~~hauríem~~ exigiran inevitablement que les actuals facultats de ciències de la informació renunciïn al seu monopoli de ~~l'ensenyament~~ ensenyament del periodisme i ~~que~~ deixin pas a altres fórmules complementàries la configuració de les quals ~~és~~ es ja tota una altra qüestió que demanarà un debat llarg i profund.

Jornades sobre la  
crisi de la premsa.  
Barcelona.- febrer  
de 1.979.-----

Comunicació sobre:  
LEGISLACIÓ DE PREMSA  
I CRISI (esquema)

### 1.- LEGISLACIÓ I CRISI

- La legislació franquista sobre la premsa, i la seva posta en pràctica, ha estat i és un factor més de la crisi, en una trioble direcció: efectes sobre els professionals, efectes sobre les empreses i efectes sobre els lectors:

/ Professionals: reforçament del llenguatge, llenguatge críptic, degradació del principal instrument de treball. Censura i temor. Insuficiències culturals. Mancaments sindicals.

/ Empreses: extraordinaris poders preventius i sancionadors de l'Estat. Pervivència, en la pràctica, de la noció de la premsa com "institución nacional"

/ Lector: la manca de crèdit com a causa de l'absència de participació-retroalimentació. Manca d'una autèntica opinió pública.

- Pes d'aquesta herència en l'etapa d'agonia de l'ordenament franquista, caracteritzat per un relatiu desplaçament del poder estatal d'excepció a les empreses privades. La legislació sobre premsa (factor de la crisi), en crisi total: caducada, però no substituïda. La crisi afecta a totes les normes sobre la premsa (Llei de Premsa 1966; article 165 del Codi Penal; Codi de Justícia Militar; Llei de Secerets Oficials de 1968; disposicions complementàries de la Llei de 1966, destacant l'Estatut de la Professió periodística de 1967). Potser el més vàlid sigui encara una de les normes de rang inferior, l'Ordenança Laboral de Treball en Premsa (1976), per la seva virtualitat social en les relacions laborals.

- La Llei de Premsa de 1966. Tradicional visió i crítica inexactes: supervivència de normes i esprit del decret espanyol de guerra (l'anomenada llei de 1938) i les lleis italianes de desembre 1925 i febrer 1928 (règim d'autoritzacions prèvies; règim sancionador; censura-consulta voluntària; consigna-insercions obligatòries...)

- Vigència de la Llei de 1966 a la llum de la Constitució espanyola de 1978. Dues possibles interpretacions: 1ª) més àmplia, l'espirit de la Llei de Premsa — i el fet de derivar-se de lleis, marc derogades — és contrari a l'espirit de la Constitució. Cal entendre-la derogada.

2ª) estricta, l'exacta aplicació de la lletra de les disposicions derogatòries de la Constitució. Suposa que hi ha disposicions o articles concrets de la Llei-66 explícitament derogats (Const., disp., derog., 3ª) com ara el segrestament administratiu (possible, encara que en menor nombre de casos, segons l'art. 3 del decret "antilibal" de 13-IV-77) i no per resolució judicial (Const., art. 20-5) o les supervivències de la censura (Const., art. 20, 2) o els Tribunals especials (Const., art. 117-5 i 6). Cal entendre a més, una derogació "derivada": la Constitució (disp. derog. 4ª) anul·la les "Leyes Fundamentales" i per extensió, total o parcialment, diversos articles de les lleis orgàniques — l'art. 1 de la Llei del 66, que es reclama del "Fuero de los Españoles" — o d'altres disposicions (com els principis generals de la professió periodística de 1967, etcétera).

- En resum: segons la primera interpretació, la Llei de 1966 és derogada; segons la segona, no hi ha derogació expressa de la Llei-66, però sí de les lleis-marc en que es sustenta, quedant derogats articles concrets i d'altres, vigents. Per tant, situació fluida, transitòria, amb buits legals, base per a la discrecionalitat/tolerància administrativa i font d'inseguretat jurídica.

## 2.- ¿UNA NOVA LLEI DE PREMSA?

- La millor Llei de Premsa ¿la inexistent?. No en el nostre cas, ja que 1) la màxima és vàlida per als països de Common Law, no pas pels continentals, i 2) la jurisprudència espanyola sobre premsa, derivada d'una legislació caduca.

- Necessitat d'una nova Llei que anul·li disposicions antidemocràtiques; refongui i reformi disposicions disperses; reglamenti amb cura principis ja constitucionals (com abolició de censura, prohibició segrestament administratiu, secret professional, clàusula de consciència, funció social de la propietat privada): als EEUU, reconegut constitucionalment el secret professional, resulta inaplicable en certs casos (M. Farber) per manca de lleis que desenvolupin aquest punt de la Constitució. Finalment, una nova Llei és necessària per tal de complir la mateixa Constitució: les lleis orgàniques desenvoluparan el drets fonamentals (art. 81)

- ¿Una nova Llei per a tots els mitjans de comunicació i no només per a la premsa? Consideració comú dels processos de comunicació implicaria coherència més gran i resoluria problemes de desajustos (la competència de la publicitat televisiva, per exemple). La diversitat de realitats tecnològiques i de les postures polítiques existents a casa nostra (acord bàsic sobre pluralitat de diaris, però no sobre canals de TV) ho farien, probablement, inviable.

## 3.- UN DEBAT NECESSARI

- La substitució de l'actual legislació sobre premsa exigeix un ampli debat professional i ciutadà previ al debat parlamentari, per tal d'aconseguir el clima més favorable amb vistes a una Llei satisfactòria per a la llibertat informativa i els drets dels professionals i públic lector, així com dotar d'una ampla base de sosteniment a la futura Llei --que la defengi i la faci desenvolupar en un sentit obert--. Cal el debat, finalment, com a forma d'accelerar la discussió parlamentària d'una nova Llei.

- El debat públic, imprescindible també perquè la crisi afecta no solament uns articulats, sinó a les bases doctrinals dels mateixos. Es el concete i el paper dels diferents factors o subjectes del procés informatiu el que cal reordenar. Necessària iniciativa dels professionals (Associació de la Premsa, sindicats, facultat, etcétera)

- Línies fonamentals per al debat: 1) El règim jurídic-polític establert a la Constitució (liberal, obert a transformacions socials) i 2) Cal partir, no només del que s'ha aconseguit en altres països europeus (ordenaments concrets), sinó dels debats, propostes i moviments professionals més recents existents als mateixos, com per exemple:

/Moviments i legislació de la França de postguerra (Cahier Bleu de la Federació Nacional de Premsa Clandestina, ordenances dels anys 40)  
/El Press Council britànic de 1953 i la seva vigilància envers la concentració d'empreses. El Consell de Premsa de la RFA.  
/Legislació dels Lander alemanys (1944-1966)  
/Els ajuts a la premsa sueca i francesa  
/Els moviments professionals (Societats de Redactors, França 67; Estatuts de la Redacció a l'interior de l'empresa: congrés de la Deutsche Journalisten Union-DJU de 1970; els Codis de Deontologia professional.

- Alguns temes a destacar sobre els factors del procés informatiu:

A.- L'EMPRESA. Concepció "institució nacional"/servei públic, versus estricta empresa privada, o bé empresa (privada, pública, mixta) d'interés general. És a dir, màxima llibertat i màxima igualtat: màxima llibertat de creació d'empreses (foment públic perquè aquesta llibertat sigui al màxim igual per a tots), amb limitacions derivades de la responsabilitat social, dels deures envers el lector i no de la presència fiscalitzadora de l'Administració (transparència dades empresarials, obligatòria publicitat sobre l'estructura i situació de la propietat de l'empresa, publicitat dels recursos financers i publicitaris...)

La pressió publicitària o comercial: reglamentació de la publicitat televisiva, ajuts estatals sobre la base de criteris objectius --desgravacions fiscals, tarifes preferencials i subvencions directes, amb unes condicions concretes que cal acomplir-- i amb total transparència.

Limitacions a la concentració d'empreses. Foment del pluralisme. ¿Aplicació de la Llei de represió de les pràctiques restrictives de la competència de 1963?. ¿Règim estricte de autoritzacions?. ¿Prohibicions o preavisos per a certes fusions?. Activitat positiva: foment econòmic, ajuts estatals.

B.- ELS PROFESSIONALS. Qui és professional. Canvi en l'atorgament del carnet. El registre de periodistes (ROP), problemàtica continuïtat. Definició del periodista ¿combinació sistema universitari i pràctica professional?. Intervenció dels periodistes i empresaris en la qüestió.

Secret professional: reserva de fonts. Necessitat de reglamentació clara a nivell de Llei.

Participació dels professionals a les empreses: societats de redactors, clàusula de consciència, estatuts interns de la Redacció (proposta DJU: respecte opinió; opció del mitjà <sup>inclosa</sup> en el contracte de treball; modificació de la opció fonamental del mitjà, impossible sense acord de la Redacció; informació de la situació financera; presència i aprovació redaccional en la contractació i acomiadament del personal)

El director: revisar la seva responsabilitat il·limitada. La figura del director, entre l'empresa i la Redacció.

C.- L'ESTAT I EL PODER SANCIONADOR. Les mesures de foment, ajuts per assegurar el pluralisme i la competència; les comissions mixtes (professionals-editors) sobre el tema; els organismes autonòmics i l'Estat davant les lleis sobre informació (Const., art. 149-27: l'Estat es reserva les "normas básicas" legals, sense perjudici de les facultats que en "su desarrollo y ejecución" corresponguin a les comunitats autònomes: possibilitats de la Generalitat); sanció dels delictes: remetre a Codi Penal. Segrestament judicial i casos.



D.- ELS LECTORS. El dret d'informar i el dret de rebre informació (Gonst., art. 20, 1-d); associacions i cooperatives de lectors: participació en els organismes mixtes de vigilància.--

Xavier Vidal-Folch