

Dues noves capçaleres: es preparen per eixir al carrer pròximament

La premsa barcelonina dels noranta

El món de la indústria comunicativa viu aquest fi de segle una constant excitació. La premsa de Barcelona, per la seua banda, travessa una primavera plena de projectes i canvis.

Durant els anys daurats de la premsa diària barcelonina, coincidint amb la Generalitat republicana, ja s'establí un sostre de difusió semblant a l'actual, situat al voltant del mig milió d'exemplars. Només que el públic lector potencial dels anys trenta no arribava al 60% de l'actual. En els dotze darrers anys, enmig de la reconversió tecnològica del sector, el Principat ha passat d'una xifra aproximada d'un exemplar de diari venut per cada 9 habitants a un exemplar cada 11. Avui, doncs, es llegeix menys premsa.

D'altra banda, l'espai d'influència de la mateixa premsa barcelonina es manté circumscrit a l'àrea lingüística catalana i poc més. I, encara, respecte dels anys del franquisme i, sobretot, de la República, mostra un constant replegament vers l'espai metropolità.

Respecte del sistema informatiu barceloní dels anys trenta podem destacar la pèrdua de presència del català i la reducció dràstica de capçaleres. També que, amb uns costos de producció relativament molt més baixos, la possibilitat de crear diaris resultava més fàcil, en conseqüència, el contrast ideològic era més gran.

La dictadura franquista limità, amb criteris polítics expeditius, el nombre de diaris barcelonins. La transició política ha coincidit amb la transformació tecnològica de la indústria informativa i de les seves estructures empresarials. Ni la concentració en grans grups de premsa o multimèdia, ni el joc polític de la democràcia postfranquista no han afavorit l'aparició d'opcions periodístiques variades i contrastades: el "centrisme" del sistema polític té el seu correlatiu en el "centrisme" del sistema informatiu.

EL CONTEXT

Si el franquisme va imposar condicionaments polítics, la democràcia parla-

mentària, seguint la mera lògica del sistema econòmic, ha generat noves limitacions a la llibertat d'expressió. En general, podem dir que les polítiques comunicatives que s'han desplegat a Catalunya al llarg d'aquesta dècada han tingut un signe conservador.

El món de la indústria comunicativa ha mostrat una mutabilitat extraordinària: els canvis de titularitat d'empreses capdavanteres han esdevingut un fet corrent. El fenomen no és local, nacional o estatal; està del tot generalitzat... Nombroses operacions financeres-empresarials de fusions i absorcions estan generant una internacionalització intensa de la comunicació, i una reducció dràstica del nombre dels centres de decisió en aquest sector, a escala mundial.

La penetració de capital forà (a escala espanyola i a escala catalana) i l'accelerada reordenació del sector -tant des de l'àmbit privat com des de l'estat/públic- han establert els fonaments d'un paisatge comunicatiu fet de vedats d'uns quants grups de pressió. L'establiment de les televisions privades ha accelerat aquesta tendència a la concentració: darrere de cadascun dels grups que s'han constituït per a accedir a les concessions televisives hi ha grups financers.

La promulgació el 1982 de la llei sobre les inversions estrangeres en empreses editorials, la posterior entrada de l'Estat espanyol en la C.E.E., l'aparició el 1986 del reglament que regula la referida llei, i la fita del mercat únic europeu del 92 han convertit l'Estat espanyol en un centre d'atenció del capital multinacional vinculat a la indústria comunicativa. El fet és evident en tots i cadascun dels àmbits del sector. La premsa femenina, per exemple, ha estat penetrada per capital alemany, francès i americà (Springer, Hachette, Gruner & Jhar, Condé Nast...); entre els grups multimèdia que es disposen a lluitar per l'hegemonia de la indústria àudio-visual

d'àmbit estatal no falta pràcticament cap dels pesos pesants de la comunicació transnacional, des del grup Bertelsmann i Springer a Maxwell i Rupert Murdoch, passant per Berlusconi, Hersant, Hachette o Havas...

Dels 280.000 milions de pessetes que durant 1986 van facturar les 40 primeres empreses de comunicació a l'Estat espanyol, gairebé 150.000 corresponen a les operacions econòmiques dels quatre grups espanyols més importants (Zeta, PRISA, Grupo 16 i Prensa Española) i a les transnacionals Bertelsmann i Hachette.

Pel que fa a la premsa escrita diària, la situació és prou fluida: conversió del setmanari *El Independiente* en diari, aparició del rotatiu *El Mundo/Siglo XXI*; resurrecció d'*El Sol* i *Madrid*, reconversió de *Ya* -després del canvi de titularitat de la Conferència Episcopal al grup "El Correo Español"-, els projectes barcelonins d'*El Observador* i *Las Noticias*, reconversió d'un diari econòmic -*Cinco Días*- i aparició en escena d'altres tres...

LIBERALISME ECONÒMIC, CONCESSIONISME POLÍTIC

L'economia de la premsa occidental d'aquests darrers quinze anys s'ha mogut dins l'ortodòxia neoliberal. Les fusions, "opes" i operacions de compra-venda responen a la lògica especulativa pròpia de les esmentades receptes neoliberals. Però el nucli central d'aquestes orientacions econòmiques és el que permet estimular els processos de concentració industrial i financera.

Mentrestant, en l'àmbit jurídic-polític, l'ordenament legal s'ha inspirat en la tradició "concessionista": és l'estat qui concedeix i administra la possibilitat d'exercir el dret a la informació. Hi ha una manifestació clara d'aquesta concepció: la confusió semàntica entre "públic" i "estatal", en identificar de forma reduc-



cionista un servei públic amb gestió estatal. No hi ha un control social democràtic de la gestió, hi ha un control governamental: el mitjà de comunicació "públic" esdevé "oficial"...

La creixent bipolarització política catalana no ajuda gens a crear condicions favorables a la llibertat d'expressió. Socialistes i convergents semblen convençuts que tot allò que no controlen és controlat per l'adversari polític; conseqüència: només toleren allò que controlen. Aquest clima estimula l'autocensura dels professionals de la comunicació i les rutines professionals mancades de creativitat.

El periodisme barceloní, però, i el món empresarial vinculat a la premsa escrita feia molt de temps que no es trobaven en una conjuntura tant canviant i carregada de projectes. I el gruix de la moguda periodística no es produeix tant en les expectatives d'ampliació de premsa al quiosc, com en els desplaçaments de professionals originats pels nous projectes de diari: *El Observador* (abans "L'Observador") i *Las Noticias*. Es busquen periodistes.

EL OBSERVADOR

El projecte d'*El Observador*, envoltat d'alguns misteris de mal esbrinar i de l'hermetisme dels qui en formen part, ha tingut una presència latent en les expectatives de l'últim any. Sota l'ombra del cap visible Alfons Quintà (primer delegat d'*El País* a Barcelona, artífex de TV3), *El Observador* ha sabut crear una certa expectativa de diari amb pretensions. Ha trascendit que pretén fixar -i en alguns casos ha fixat ja- bons professionals que fins ara sobreviuen a les pederres tribals (*Avui*, *Diari de Barcelona*), o que patien la nova reestructuració d'*El Periódico* en no formar part del cercle favorit (vella guàrdia del *Ciero* inclosa) de l'intermitent Antonio Franco. L'ex-director d'*El Temps*, Vicent Sanchis n'és un cap de colla.

En un elaborat treball aparegut a la revista *El Triangle* (5 de febrer de 1990) es donava compte de les vinculacions de l'empresa editora, PREDEUSA, amb sectors de l'empresariat pròxims a CiU. S'informava que la societat havia estat constituïda, el setembre de 1988, per l'ex-conseller d'Economia de la Generalitat Jordi Planasdemunt, amb participacions dels germans Vicens i Rahola (editorial Vicens Vives), el propi Quintà i Salvador Forcadell. En una ampliació

d'octubre de 1989, despareixien Planasdemunt i Forcadell i entrava com a president del consell l'ex-gerent del Barça Armand Carabén. A més de Quintà i els germans Vicens, l'acompanyaven com a vocals alguns pesos pesants de diversos consells d'administració d'empreses de material elèctric, cosmètica i perfumeria, joguines, constructores, plàstics, editorials, ceràmiques, immobiliàries, etc.: Josep Manuel Carrera, Banjamí Casañ, Carles Colomer, Josep Lluís i Moreal, Josep Maria Oller i Joan Rosell.

La inversió prevista sembla girar entorn dels 2.500 a 3.000 milions de pesetes, tot i que depèn de com acabin resolent-se algunes parts del procés de producció (per exemple: si la impressió va a càrrec de tercers, la inversió inicial seria menor però augmentaria el capítol de costos corrents amb el diari al carrer) i de com es comptabilitzin algunes prestacions de l'accionariat, com ara la cessió de locals o de quadres de gestió.

Tampoc no han trascendit els estudis de mercat que, ben segur, deuriem aconsellar l'opció en llengua castellana a canvi d'una expectativa de lectors per determinar. Tanmateix, és clar que les previsions inicials apunten a una distribució gairebé reduïda al Principat. I també ho és que el nombre de lectors de diaris en aquesta zona té una gran estabilitat i no es presumible un salt espectacular endavant degut només a l'ampliació de l'oferta (veure quadre 2). Així doncs, aquest nou diari, que ha ajornat la seva sortida fins la tardor vinent, haurà de construir el seu lectorat disputant el públic als mitjans existents.

Abandonada la possibilitat d'adoptar la capçalera *Las Noticias* (la comptència ha estat més ràpida), l'hipotètic "El Observador" sembla abocat a rastrejar un segment culte de població centrista i centrat; moderadament progressista, és clar. Culturalment i econòmicament hispano-català. ¿Quant de públic? ¿50.000? ¿35.000? ¿45.000? Més enllà d'això la sorpresa espantosa, i les conseqüències entre els altres diaris barcelonins de gran abast. El pes de la tradició protegeix *La Vanguardia* (mentre es pugui mantenir al marge del dèficit multimilionari que setmanalment acumula Antena-3 televisió), mentre que el sector d'*El País* més crític amb l'obsessió espanyolista del diari ("¿però què llegir si no?") podria fer companyia a alguns habituals del triomfant *El Periódico*, delerosos de posar-se més tall a l'entrepà.

Per conquerir mercat aliè i suscitar-ne

alguna porció nova, *El Observador* haurà d'atacar els flancs dels altres, proporcionar-se una imatge (personalitat) feta de rigor i credibilitat, i assajar una preferència temàtica pels misteris de l'escena informativa catalana, prou maltractada.

Tot i les incògnites que caldria desvelar, el projecte ofereix garanties empresarials d'una certa consistència i aspira a la viabilitat. Cal dir, però, que l'opció per la llengua castellana, contra el que pugui semblar a primera vista, fa més difícil delimitar el propi espai d'influència, el tret característic distintiu de la publicació, l'específica línia informativa. Més de la meitat del lectorat barceloní i català en llengua castellana s'ha declarat inicialment predisposat a adquirir premsa en català, entre diaris de qualitat equiparable. Del dit al fet hi ha un abisme d'incertesa. Però, mentre que per a previsions de tirades de més de cent mil exemplars és fàcil de representar-se la llengua catalana com un obstacle afegit, en pensar en un públic jove, culte, capaç d'un creixement sostingut, i en xifres més modestes de 50.000 a 60.000 lectors, resulta indubtable que el català podria actuar més aviat com a reclam. I cal considerar, encara, que competir amb la gairebé testimonial premsa barcelonina en català, fent un bon producte en català, apareix com una empresa comparativament fàcil. Que pot garantir, a més, l'agraïment diari de consumidors d'informació cansats d'haver d'escollir entre una perenne militància lingüística o la possibilitat d'assabentar-se d'alguna cosa. Tanmateix, el tema ha de consignar-se com a dat i beneït.

LAS NOTICIAS

El projecte de *Las Noticias* mostra unes característiques força diferents. Dóna la sensació d'un rampell editorial de gent que, en bona part procedent d'altres negocis, consideren haver trobat la pedra filosofal del negoci periodístic i es declaren disposats a munyir-la amb fruïció. L'empresa és Ediciones 93 i pertany als germans Julio i Javier Selva a través d'una empresa registrada el 1979 com a "Cataluña Empresarial". Julio Selva procedeix del món de les subhastes judicials i compta amb l'assessorament del tan versàtil com denostat Isidre Cunill.

Com a director del declaradament sensacionalista *Las Noticias*, que ha promès l'aparició per al 15 de maig, hi



Quinze mesos de moguda

gener de 1989:

Mentre Predeusa (patrocinadora de *El Observador*) fa pública la seva voluntat de crear uns estudis de periodisme per a llicenciats o estudiants de darrer curs universitari, juntament amb la Universitat Politècnica de Barcelona, Javier Godó formalitza la compra de les noves rotatives offset Wifag OF 07, que *La Vanguardia* instal·larà al Poble Nou per renovar la seva imatge.

Després del nomenament d'Enric Sopena com a director de Radio Nacional de España, Montserrat Nebot queda com a directora en funcions del "Brusi".

febrer de 1989:

Nebot passa a subdirectora d'informatius diaris de TVE i, ara, la direcció en funcions del "Brusi" recau en Jaume Boix.

Antonio Asensio (Zeta) escollit president de la Asociación de Editores de Diarios Espanoles (AEDE).

abril de 1989:

Albert Viladot accedeix a la direcció de *l'Avui*, substituint Santiago Ramentol, anteriorment "sacriat" per heterodox.

agost de 1989:

Conflicte entre el grup Zeta i l'ONCE arran de la concessió de les cadenes privades de televisió, el dia 25, que deixen fora la proposta del grup d'Asensio. El 29, Zeta posa a la venda la seva participació al *Diari de Barcelona*. L'endemà, dia 30, M. Durán, director general de l'ONCE, s'apressa a donar garanties sobre la continuïtat del rotatiu.

setembre de 1989:

Antonio Asensio dimiteix del seu càrrec de president del consell d'administració de Publicacions de Barcelona, editora del "Brusi". Rafael Nadal, procedent d'*El País*, passa a la subdirecció del diari.

octubre 1989:

El dia 3, *La Vanguardia* estrena disseny, format i tecnologia, després d'una inversió d'aproximadament 3.500 milions de pessetes.

Després que el primer dia del mes *El Periódico* hagi proclamat haver assolit la xifra rècord de més 400.000 exemplars

apareix el valencià Robert Pastor, provinent de *Deia*. Pastor haurà de conduir una improvisada i curta redacció de 75 periodistes, dels quals l'empresa n'espera "textos curts i amb llenguatge d'EGB", "amb prioritat per a la crònica rosa, successos, esports i televisió". El cap de

de venda, el Grup Zeta ven el 25% del seu capital social, ampliat en 6.650 milions de pessetes, al magnat Rupert Murdoch (grup News International). Asensio dimiteix com a president de l'AEDE.

desembre de 1989:

L'ONCE adquireix el 40% d'accions del *Diari de Barcelona* que pertanyien al grup Zeta i les suma a l'altre 40% que ja posseïa. El 20% restant roman en poder de Iniciatives S.A.

gener de 1990:

Nou consell directiu al grup Godó (*La Vanguardia*, *El mundo deportivo*, *Historia y vida*, 70% de "Radio 80", 25% d'"Antena-3 TV", 60% d'"Antena-3 Radio", el "Club de Vanguardia" i l'agència de premsa Lid). Sota la presidència de Javier de Godó, el consellers executius passen a ser Alberto Garrofé i Rafael Jiménez de Parga, i els vice-presidents d'àrees: Manuel Martín Ferrand (audiovisual), Carlos Fajardo (econòmica), Juan Tapia (premsa).

febrer de 1990:

Renovació de *staff* a *El Periódico*. S'incorporen J.A. Sorolla (*El País*) com a director adjunt, Luis Molla, Rafael Nadal, Josep Maria Huertas i Alfons Ribera (els tres darrers procedents del "Brusi"), Joan Busquets (de l'Oficina de premsa de la Delegación del Gobierno), etc.

En Junta general extraordinària, Publicacions de Barcelona editora del *Diaria de Barcelona*, dona el vist i plau a una ampliació de capital de 270 milions de pessetes.

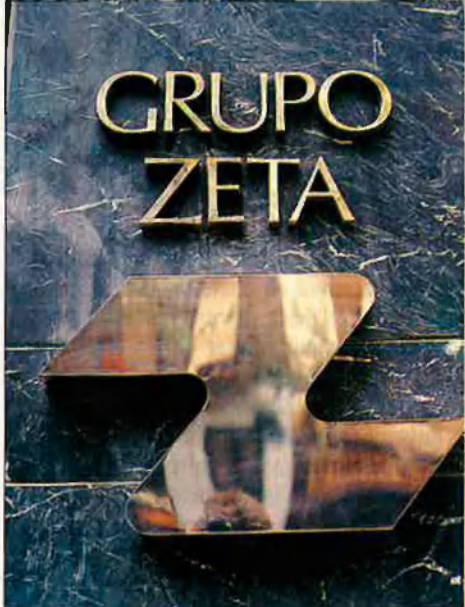
març de 1990:

En Junta general extraordinària de Premsa Catalana S.A., editora de *l'Avui* s'aprova la reducció del capital social a zero pessetes, i la simultània ampliació a 1325 milions. D'aquesta manera hom espera "restablir l'equilibri patrimonial de la societat liquidant deutes i deixant el capital final resultant en uns 500 milions".

Amb aquesta operació el pes inicial de l'accionariat popular del diari, que va fer possible la seva aparició, ha quedat reduïda a un paper testimonial.

personal d'Ediciones 93, Luis Gómez, és un policia en excedència.

La cobertura dels 1.300 milions de pessetes d'inversió que s'anuncien no queda clara: Catalunya Empresarial es constituï amb un capital de 500.000 pessetes. Tampoc no sembla una garantia





El panorama de la premsa no para de canviar sempre, però, en favor del castellà..

Difusió de la premsa de Barcelona (1974-1990)

Diaris	1974	1984	1990
La Vanguardia	220.000	194.000	202.000
El periòdico	—	128.000	170.000
El País	—	54.000	55.000
Avui	—	40.000	37.000
Diario/Diari de Barcelona	26.000	2.000	14.500
Sport	—	50.000	62.000
El Mundo Deportivo	71.000	44.000	39.000
El Correo Catalán	62.000	30.000	—
El Noticiero Universal	74.000	20.000	—
Tele Exprés	33.000	—	—
Solidaridad Nacional	8.000	—	—
La Prensa	8.000	—	—
Dicen	82.000	14.000	—
TOTALS	584.000	576.000	576.000

suficient de viabilitat l'hipotètic acord a què pogués arribar l'empresa editora amb associacions de minusvàlids, per tal de crear un exèrcit de venedors de carrer (1.000 reclutes) i evitar els canals convencionals de distribució. Comptant, fins i tot, amb les expectatives de subvenció pública que un tal acord pogués generar.

Per tal d'emular el *Daily Mirror* i el *Bild Zeitung* i fer un periòdic "sense opinió", visual i lleuger, de 44 pàgines, a distribuir pel Principat, ha començat a bastir-se una redacció, on destaquen joves periodistes llicenciats, amb retribucions que el rumor fa bicentenàries i que milloren substancialment el tracte que rebien a l'*Avui* o a l'*El Periòdico*, posem per cas. Aquest criteri d'optar per joves

d'experiència de pocs anys però provada solvència, en comptes d'anar a la cacera de noms, és el component més assenyat del projecte. Tanmateix, les gallines velles del gremi (atenent a la naturalesa de la proposta, la memòria i la premsa vertiginosa per trencar aigües) pronostiquen escaldada de tercer grau. De vegades, s'equivoquen.

UN PANORAMA DECEBEDOR

Les polítiques comunicatives desplegadas per les dues forces catalanes majoritàries des de les administracions que gestionen, resulten decebedores. Ninguna no trenca amb l'ortodoxia neoliberal generalitzada, i totes dues són intervencionistes, malgrat no haver concebut, ni

l'una ni l'altra, un pla d'intervenció global i coherent. De fet, és millor parlar de pràctiques comunicatives abans que de polítiques -o planificacions- comunicatives en sentit estricte.

Des d'una òptica de defensa radical de la democràcia i la catalanitat l'anterior és greu perquè, com més va més, la planificació comunicativa és l'eix central de qualsevol política cultural. No únicament pel fet obvi que el teatre, el cinema, la música, o la mateixa instrucció pública, cada vegada depenen més de la indústria comunicativa. També pel fet que l'espai nacional com a espai lingüístico-cultural singular es construeix i es reproduïx de forma decisiva com a espai comunicatiu.

Els èxits relatius d'alguna premsa comarcal o d'algun setmanari, o fins i tot del magnífic *Punt Diari* que molts voldrien (voldríem) veure assaltant els murs barcelonins, no ens poden distreure de considerar el pes decisiu que té la premsa diària de la capital sobre les nostres tribulacions col·lectives.

De l'àmbit informatiu estant, la recent polèmica sobre el futur del català es decanta clarament en favor dels crítics. Nova premsa en castellà, estancament i/o retrocés de la premsa barcelonina en català, situació similar en les emissores de ràdio, televisions privades completament en castellà, TVV bilingüe... En dos anys la truita s'ha capgirat. Les energies espontànies semblen gairebé exhaurides i la política oficial ha tocat sostre.

Enric Marín i Otto
Joan Manuel Tresserras