

La mort dels setmanaris catalans a debat

¿Per què no interessa la premsa en català?

La mort successiva de setmanaris en català és el símptoma més evident d'una realitat perillosa: ni a empresaris ni a polítics, els interessa tenir una premsa en català competitiva. La premsa continua sent la ventafocs.

Amb el titular "La setmana ja no tindrà Set dies", el setmanari *Set Dies* anunciava la seva mort com a setmanari i la seva resurrecció com a dominical, a partir de la tardor, del diari *El Observador*. Així és com, una vegada més, un setmanari en català entra al paradís dels morts. *EL TEMPS* perdia així un competidor i, com molt bé va explicar Ramon Barnils quan va aparèixer *Set Dies*, una oportunitat de normalitat. La competència és necessària i, sobretot, llei de vida.

Parlar d'aquestes morts buscant alguna cara més de la moneda, que no fos el fracàs, va ser el motiu d'aquesta taula rodona. Els convidats van acceptar generosament de parlar del passat en temps de futur. Al voltant de la taula: Josep M. Huertas, com a símbol d'una publicació, exemplar, decisiva i de vida traumàtica, com va ser *Orifloma*; Ernest Sena provinent d'una experiència entusiàstica i de marcar línia com va ser *València Semanal*; Enric Bastardes com a promotor, gerent i director d'un projecte agosarat com *El Món*; Xavier Domingo com a empresari i editor del penúltim supervivent *Set Dies*; i Joan Vall i Clara representant de *Presència*, el primer mort resuscitat en el món dels setmanaris amb una vida intensa de 80.000 exemplars de difusió. Una absència, Isabel-Clara Simó, de *Canigó*. Raó: un compromís adquirit per diverses escriptores de no col·laborar amb un setmanari que ha publicat articles de Joan de Sagarra, que consideren ofensius per a les dones. Raó inconstestable: la censura no és norma de la casa.

En començar, un comentari inevitable: "serà un dinar de masoquistes". Fa mandra parlar de la premsa en català. Per un moment sembla que a la taula pesa més aquesta mandra de reviu la anormalitat que no els plats i els coberts.

A l'hora de les postres, una constatació: Tots repetirien l'experiència, més ben dit, quasi tots: Xavier Domingo s'ho pensaria

dues vegades, i després, ho faria en espanyol.

A l'hora dels cafès, les copes, els puros, una evidència: Impossible parlar de setmanaris en català sense parlar de premsa diària. Aquesta continua sent una assignatura pendent i el primer esglaó per a tenir una premsa de cohesió nacional.

EL TEMPS: *Abans d'entrar directament en debat, podrieu explicar, cadascú, quines conclusions heu tret de la vostra experiència; si és possible, sense carregar en excès les tintes pessimistes*

J. M. HUERTAS: Començaré jo que sóc el més vell en aquesta història. Sempre recordo que una persona que no té res a veure amb el món de la premsa catalana i, que precisament és economista, em va dir que el punt dolç d'una publicació setmanal o mensual en català, estaria en els vint mil exemplars de venda real, de venda al quiosc. Naturalment parlo de vint anys enrere, d'una època on no hi havia ajuts econòmics. Però, tot i així, em sembla important retenir aquesta dada com a punt de referència. Aquest és un element econòmic que cal considerar, perquè les tirades de la premsa en català, en general són minses.

Una altra qüestió important és que els ajuts a la premsa en català haurien de passar pel Parlament. No s'haurien de fer com es fan ara, sinó que hau-

rien d'estar establerts, tal com es fa en altres qüestions importants com aquesta. El que dic entra en contradicció amb frases que jo he sentit a dir al president de la Generalitat, quan afirma que la premsa s'ha de regir per les lleis del mercat. Em pregunto, si aquest



ment s'apliqués als altres mitjans de comunicació, què serien a hores d'ara la televisió i la ràdio catalanes... Per tant, és absurd que només es vulgui aplicar les regles de l'economia de mercat a la premsa en català. Les ajudes institucionals haurien de fer-se a la sueca; amb aquesta expressió vull dir que s'hauria de fer com es fa en tots els països que no tenen un mercat base il·limitat.

La tercera cosa que voldria dir és que ens morirem sense conèixer un experiment necessari: l'existència d'un setmanari que no sigui de tendència. Des d'*El Món*, passant per *L'Hora*, fins a EL TEMPS, tots els setmanaris d'aquest país han portat el llast de la tendència. Aquests són els tres punts de reflexió que crec imprescindibles des de la meua experiència,

i cenyint-me al peu de la lletra a la recomanació que heu fet de no ser pessimistes.

X. DOMINGO: Com que sóc el darrer enterat voldria pendre la paraula per explicar la història de *Set Dies*. Aquest setmanari va nàixer amb vocació nacionalista. El seu capital inicial van ser 110 milions, que van posar vint socis. Jo mateix vaig posar-n'hi 11. A part aquests diners, que eren molt pocs, hi havia promeses, que inicialment eren de subscripcions importants. Per un costat hi havia la Generalitat i per un altre, tres partits: Convergència, Unió i ERC. Aquestes promeses no s'han complert mai.

Hem tancat quan teníem 30 milions de pèrdues. Jo sempre he volgut pagar com paguen els setmanaris espanyols. No he cregut mai que s'hagués de pagar menys perquè feiem un setmanari en català. Jo ja havia advertit els altres socis, que el dia que no pogués pagar els col·laboradors tancaria i així ho he fet.

EL TEMPS: ¿Sentiu la sensació de fracàs?

X. DOMINGO: L'experiència del *Set Dies* no es pot con-

siderar un fracàs absolut perquè continuarà com a suplement dominical d'un diari, *EL Observador*, que segons em diuen, ven entre quaranta i cinquanta mil exemplars cada diumenge, a base de regalar tortugues i altres coses. A més, aquest diari necessita un aliment català perquè és un periòdic nacionalista.

Penso que hem fet un bon tracte anant amb *L'Observador*, perquè un dels objectius principals de la creació del *Set Dies* era fer llegir en català. Aquest objectiu serà complert igualment.

A banda tot això, els setmanaris en català, tenen un altre problema. Malauradament un setmanari d'informació general ha de viure de la política i, en aquest sentit, aquí no passa res. Si no tens una gran delegació a Madrid, no pots fer res. Des de les grans decisions als escàndols tot passa per Madrid i en aquest sentit sempre vas darrere els setmanaris d'informació espanyols. Pel que fa al futur dels setmanaris d'informació general, sóc relativament pessimista. En canvi, em penso que sí que pot existir una premsa periòdica especialitzada.

E. SENA: El meu cas és més atípic perquè jo represente *Valencia Semanal*, a part que haja col·laborat o treballat en altres projectes també representats aquí,

com *Orifloma*. No sóc periodista, ara estic fora d'aquest món i la meua professió és l'economia. Una colla d'amics vam constatar que cada vegada més hi havia una dependència informativa més espanyola.

Açò ens va moure a crear un producte informatiu d'obediència estrictament valenciana i

basat en la independència informativa. Crec que aquesta independència s'ha assolit. Considere que va ser una experiència profitosa i molt positiva. Després han eixit, d'allà, molts dels millors professionals, des d'Amadeu Fabregat, passant per Rosa Solves o Pilar López, per no citar-ne sinó uns. Allà no crec que tinguérem

problemes de tendència; crec que aquest objectiu, el vam assolir. Vam aconseguir de situar-nos en la xifra de lectors que necessitàvem, més de 10.000, però tinguérem un problema. De publicitat, ni mica. Crec que la principal manca d'aleshores i d'ara, és la manca de professionalitat empresarial.

E. BASTARDES: *El Món* tenia uns criteris empresarials clars, es va muntar com una empresa. Tenia 12 redactors, que aleshores eren molts. Però no va funcionar. Ha-





J.M. HUERTAS: "La gent aquí paga per fer el diari o la revista que a ell li agrada. No pensa en els lectors".

víem de vendre 20.000 exemplars, la xifra que ja s'ha dit en aquesta taula, i el màxim que ens va donar el control de l'OJD van ser 10.300 exemplars. Aquesta estructura mínima era bàsica per poder fer un producte informatiu. Sovint passa que, quan no tens aquesta estructura, recorres a les opinions i a les col.laboracions. Això ràpidament fa que no es pugui fer un bon producte informatiu. Els costos es redueixen, però la informació pot acabar desapareixent.

L'experiència ens va demostrar que és molt difícil competir en un mercat petit amb un producte informativament ben fet. Malgrat això, crec que va ser una experiència ben plantejada empresarialment i professionalment. Jo diria que aquest petit drama del cas d'*El Món* forma part d'un problema més gros, deixant a banda un cas brillant que és el cas de la premsa comarcal, que va més enllà dels setmanaris i que es pot generalitzar a la premsa diària. Penso, com ha dit en Josep Maria, que els països amb un mercat limitat com el dels Països Catalans que volen mantenir una premsa nacional de prestigi ho fan a base d'un ajut públic regulat, perquè si no fessin bons diaris la gent llegiria premsa anglesa. La premsa és un element de cohesió nacional, de cohesió social importantíssim. És impensable el món francès sense *Le Monde* o el món anglo-saxó sense *The Times*.

J. VALL I CLARA: Aquí s'ha donat molta importància als mitjans àudio-visuals i s'ha deixat de banda la premsa escrita, amb l'agreujant que representa el menyspreu al públic que consumeix premsa, que és molt superior al que consumeix televisió. Deixar la premsa en mans del voluntarisme és abocar-la al fracàs. No es pot pensar que la gent llegirà només perquè el producte és en català, perquè si el producte no és bo la gent es deixa de nacionalis-

mes. Cal que hi hagi un esforç públic important per fer productes dignes que puguin ser emblemàtics de la nació catalana. El sistema d'ajuts actual, tal com està muntat, valdria més que desaparegués. Això que dic pot semblar molt gros, però és així: no ens ajuda gairebé gens i, en canvi, implica arrossegar porqueria de tota mena. Per fer-ho tal com ho fan, potser seria millor que no fessin res i així les coses serien més clares i més reals. L'empresa sabia a què s'hauria d'atendre. Ara depens d'unes decisions o dels serrells que no saps amb quin criteri s'adopten i que no acabes de saber mai com seran. Són uns ajuts ridículs que sembla que donin menjar a les gallines, fent allò de ¡tites! ¡tites!. El paral.lelisme que féu amb Suècia és cert, i caldria que hi hagués voluntat política per aplicar-lo

Aquesta xifra de 20.000 exemplars que heu dit actualment és ridícula i no garan-



X. DOMINGO: "Els polítics catalans tremolen amb la sola idea d'un periodista poderós".

teix res, si parlem d'àmbit nacional perquè no et col.loca en el mercat publicitari. Per superar aquesta xifra, l'esforç empresarial i institucional ha de ser molt més fort.

EL TEMPS: *Molts temes sobre la taula per poc temps. El debat queda obert.*

X. DOMINGO: A Catalunya es llegeix molt poc i no sols en català. Tampoc no es llegeix en castellà. Molts catalans es pensen que mirant TV3 i escoltant Catalunya Ràdio ja compleixen. Estem en una situació tercermundista

E. BASTARDES: Aquí hi ha un problema polític. D'orientació. No els interessa que hi hagi més premsa que la que tenim.

X. DOMINGO: Els polítics catalans tremolen amb la sola idea d'un periodista poderós.

E. SENA: Deixeu-me fer d'advocat del diable. Quan en una escola molts xiquets suspensen, sempre hi ha algú que alça la

mà i pregunta si el fracàs escolar no té a veure amb el mestre

J. M. HUERTAS: ¡¡La culpa al periodista!!

E. SENA: Només és una pregunta.

J. VALL I CLARA: Aquí hi ha una qüestió més complexa: hi ha un problema d'orientacions. El diari *Avui* ha fet dos canvis de director últimament. Cadascun d'ells ha omplert més les pàgines d'internacional i ha informat menys del que passa aquí. ¿Informar bé del que passa aquí, no hauria de ser una qüestió prioritària?

E. BASTARDES: El problema no és exactament aquest.

J. VALL I CLARA: El problema és allò de "voler sense poder". Si tu no tens mitjans per fer una bona informació internacional i ofereixes la informació al costat de la que publica *El País* o *La Vanguardia*, el lector se sentirà estafat. El que cal és fer productes possibles. A mi m'agradaria enviar algú a Eslovènia, però m'estimo més mantenir els tres redactors que tinc a Figueres.

EL TEMPS: *Abans X. Domingo deia que aquí no passa res. Vejam: ¿no passa res o és que no s'explica el que passa?*

J. M. HUERTAS: Aquí passen coses, però no s'expliquen. Pot agradar o no, però és clar que un tipus de periodisme radical com el que fa *El Mundo* (a mi no m'agrada), aquí no el pagaria ningú.

X. DOMINGO: Aquí no carda ningú. No passa res, les coses importants passen a Madrid. Aquí som una província.

J. M. HUERTAS: ¡¡De l'Imperio!!

E. BASTARDES: No m'agrada fer exhibició de nacionalisme, però, Xavier, no entenc que si penses això hagi fet un setmanari català.

X. DOMINGO: A la gent, no li interessa el que passa aquí. Quan hem destapat algun tema, ¿us penseu que això ha fet vendre més exemplars?. No

E. BASTARDES: Aquí hi ha una *jet-set* cata-



E. SENA: Valencia Semanal va ser una experiència profitosa. D'allà han eixit els millors professionals valencians".

lana importantíssima, però té una vida molt privada. És un altre estil. Ells no fan objecte del subjecte.

J. M. HUERTAS: Aquí tothom es munta la seva història com a tot arreu. ¿O és que en Vall-Clara no coneix la vida sexual dels polítics de Girona?

X. DOMINGO: I la dels consellers de la Generalitat. Però, al lector, no l'interessa llegir-ho



J. VALL I CLARA: "La premsa depèn d'unes ajudes ridícules, sembla que donin menjar a les gallines".

J. VALL I CLARA: *El Punt* té clar que aquesta no és la línia que vol seguir.

EL TEMPS: *Però en canvi El Punt va ser l'únic diari que va explicar tal com va anar la visita del Príncep a Girona...*

X. DOMINGO: ¿El príncep? ¿I el rei? Quan ve a Barcelona tothom sap què ve a buscar-hi. *Tribuna* ha fet comentaris molt arriscats sobre la vida sentimental del rei.

EL TEMPS: *¿Per què penseu que ningú pagaria un diari radical?*

J. M. HUERTAS: No s'hi voldria veure retratat ningú. Ningú dels qui poden pagar. Parlem de projectes de moltes peles. Això ens porta a un altre problema. La gent aquí paga per fer el diari o la revista que a ell li agrada o vol llegir. No pensa en els lectors. Insisteixo: aquí passen moltes més coses de les que s'expliquen.

E. SENA: El que dius vol dir que aquí no hi ha empresaris. Jo no ho crec. Empresaris catalans de premsa n'hi ha. No cal anar a parar al comte de Godó. ¿L'Asensio és un empresari català de premsa?

E. BASTARDES: Sí. I segur que ha fet números sobre el català.

E. SENA: Aquí hi ha una altra qüestió que no s'ha tocat. De quin mercat estem parlant. EL TEMPS cobreix tota la nació.

J. VALL I CLARA: En això s'ha d'anar alerta: l'estructura publicitària és molt traïdora. *Presència*, amb 80.000 exemplars i sis mesos que fa que funciona, només ha aconseguit tres campanyes de circuit, en un marc geogràfic homogeni. Sobre això

és pot especular molt, però la realitat és molt dura. I la publicitat és la base del funcionament econòmic d'un diari.

E. BASTARDES: *El TEMPS* té la sort de ser fet a València, encara que sembli paradoxal. Això fa que tingui un nucli d'incondicionals, potser perquè se saben minoritaris, que aquí són més fidels. I, de totes maneres, no és igual vendre a Barcelona un producte català fet a València que a l'inrevés. En l'un cas suscita simpatia, en l'altre dificultats.

E. SENA: ¿Però vosaltres van fer l'esforç de tractar de vendre?

E. BASTARDES: *EL Món* ho va intentar. Donàvem importància als temes valencians quan eren d'interès general.

E. SENA: Potser va ser l'error. Els temes valencians no es veien com a propis.

J. VALL I CLARA: Les dificultats en aquest terreny són clares, com ja he dit abans. Però el que no podem fer és renunciar, com a idea, a crear un marc comunicacional global de tota l'àrea lingüística. Concretar això ja és una qüestió més greu.

X. DOMINGO: A València passen més coses que aquí.

E. BASTARDES: Per mirar-ho d'una altra manera, fem un esforç d'imaginació. Agafem les revistes, o els diaris, en català i traduïm-los mentalment al castellà: ¿són vàlids?

J. VALL I CLARA: Posats a fer anar la imaginació ¿per què no ho fem al revés? Agafa *La Vanguardia* i tradueix-la de l'espanyol al català. Segur que aguanta.

X. DOMINGO: Perdria molts lectors.

J. VALL I CLARA: ¿Què dius! En perdria alguns i en guanyaria d'altres. Es ressituarà i no passaria res.

X. DOMINGO: Ara *La Vanguardia* prepara un suplement en català.

J. VALL I CLARA: Si una cosa és clara és que l'idioma no és problema. No fem tampres. Actualment fracassen iniciatives en espanyol. *Las Noticias*, *Catalunya Sud*, *Claro*, *El Observador* han fracassat.

X. DOMINGO: La venda de revistes de Madrid a Catalunya ha baixat molt. Ara, *El Observador* no es pot dir que hagi fracassat. Ha passat poc temps per saber-ho.

E. BASTARDES: Si no ha fracassat és pot dir que fracassa. Si funciona és a base d'aquesta política estranya que consisteix a vendre tortugues Ninja el diumenge. El que no sé és si això compensa econòmicament l'empresa.

X. DOMINGO: Jo quan vaig fer el *Set Dies*, una de les coses que volia era fer llegir en català. Si fa falta, amb tortugues Ninja...

J. M. HUERTAS: El problema és que no saben a qui van. A qui pretenen robar espai. A *La Vanguardia*, a l'*Avui*, *El Periódico*.

¿Volen crear nous lectors?. Les xifres estan estancades de fa molts anys.

E. SENA: Mirem el cas d'*El Punt*. Joan Vall Clara n'és el director, però abans quan explicava un model i no un altre ho feia parlant d'un model empresarial. Defensant, des del càrrec màxim de la redacció, les directrius de l'empresa. Crec que en la premsa en català s'ha fet poques vegades. En la premsa en català els periodistes volen fer allò que ells volen.

J. VALL I CLARA: Cal aplicar criteris empresarials. A *El Punt* li costa més diners fer l'Agenda que la secció d'Espanya. Això és un criteri.

El Temps: *Havíem de parlar de setmanaris i hem acabat parlant de tots els mals de la premsa en català. ¿Ho tornàrieu a intentar?*

J. M. HUERTAS: Sí.

E. BASTARDES: Crec que el mercat dels setmanaris ara és massa difícil. El setmanari fa crisi.

X. DOMINGO: Jo, si fes un altre setmanari, el faria en espanyol.

El debat s'acaba i sobre la taula molts temes embastats. Discrepàncies, però també unanimitats. Unanimitats: que la premsa en català continuï sent la ventafocs vol dir que s'ha optat per un model cultural tercermundista que no mena enlloc; el futur dels setmanaris és difícil, més fàcil és el dels dominicals; els empresaris no es volen arriscar; cal una actuació política; la



E. BASTARDES: "El Observador funciona a base de vendre tortugues Ninja els diumenges".

premsa comarcal és l'únic brillant que no és fals. Dubtes: ¿si la premsa comarcal és l'embrió d'una premsa nacional capaç de cohesionar el país? Mentrestant la ventafocs haurà de treballar a un supermercat de nit. El príncep no està en el seu horitzó, per més que els veïns, incloses les germanes lletges, esperin i sàpiguen que el príncep sempre arriba.

Assumpció Maresma