

«El problema de la premsa és que hem desvirtuat allò que fèiem: periodisme»



Joan Vall i Clara

Director general d'El Punt i de COMIT

Joan Vall i Clara és un dels noms forts de la premsa comarcal del país. No només com a director general del diari El Punt sinó també com a cap visible del projecte COMIT (Coordinadora de Mitjans) a través del qual s'han impulsat projectes com El 9 Esportiu, i s'han relançat publicacions com Dossier Econòmic i Presència. Malgrat desenvolupar tasques de gestió, Vall parla encara com a periodista quan denuncia el descafeïnament de l'ofici i com això ha afavorit la crisi de lectors que pateixen els diaris.

La primera pregunta és obligada. Després de mesos d'especulació ja és ferm que El Punt aterrarà a Barcelona. Hi ha data de sortida?

Que *El Punt* tenia la vocació d'aterrar a Barcelona ja fa deu anys que estava explicitat, des del moment que vam explicar que volíem fer un diari per a tot l'àmbit lingüístic. El que hi ha ara de nou és que estem treballant amb la idea de posar-lo en marxa aquest any. Vull que quedi molt clar que no és un projecte únic d'*El Punt*, sinó de l'entorn COMIT, i per tant hi ha *El Punt*, *El 9 Nou*, el *Regió 7*, el *Nou Punt*, el *Tres de Vuit*, el *Segre* i *Vilaweb*. Estem treballant amb la hipòtesi de poder ser al carrer per la Mercè, a finals de setembre. Probablement a l'estiu haurem fet ja algun número zero.

Teniu ja redacció, en el sentit físic i en l'humà?

Treballarem a un local entre els carrers de les Tàpies i Sant Oleguer, un local nou però que té certa història de premsa perquè fa molts anys hi havia *El Brusí*. No serà un local només per a *El Punt* ja que també servirà per a *El 9* i *Vilaweb*. I pel que fa a la redacció, encara s'està formant. Ja hem decidit que el director sigui Jordi Busquets, i de la resta n'hi ha una part ja constituïda perquè prové de les redaccions de tot els socis.

El Punt de Barcelona elimina l'edició de Barcelonès nord?

No, la nostra idea és tancar bé el concepte de diari

Per:
Àlex Gutiérrez
Fotografies:
Jordi Mota

sobre província de Barcelona. Per tant dins de la província de Barcelona hi haurà com a mínim sis edicions diferents del diari: Barcelonès nord, Maresme, el que ara és *L'Hora*, que és una edició només per al Garraf s'amplia a l'Alt i el Baix Penedès i el *Nou Punt* també s'inclou en aquest projecte pel que fa al Vallès Occidental. Així mateix, estem escatint aspectes sobre quin tipus de presència tindrem al Vallès Oriental i a Osona, on en aquest moment el Grup només té un bisetmanari, *El 9 Nou*, i quina presència unitària i coordinada tindrem a la Catalunya Central, on també hi ha un diari que és el *Regió 7*. Per tant la idea final és trabar tot això. L'entorn COMIT quedaria d'alguna manera amb *El Punt* a la província de Girona, *El Punt* a la província de Tarragona, diversos "Punts", el *Regió 7*, també com a capçalera diària, i altres capçaleres no diàries, bisetmanaris o setmanaris a la província de Barcelona, i amb el *Segre* a la província de Lleida.

Parla d'àmbit lingüístic. Entenc doncs que aquest projecte nacional explicitat en diverses actes, fins i tot en la de fundació del COMIT, abarca més enllà del territori català.

Jo no vull discutir això només des d'un punt de vista ideològic: em semblaria lamentable. Un dels atributs fonamentals del nostre projecte és la llengua; la llengua té el mercat que té i a ningú no se li acut, ja des d'una perspectiva purament comercial, plantejar projectes mutilant el seu possible mercat. El nostre projecte no té sentit sense les Illes i sense el País Valencià. Algun dia hi serem.

MediaPro ha llançat la tovallola i desisteix d'intentar comprar l'Avui perquè Hisenda i la Seguretat Social no volen condonar-li el deute històric que arrossega. Això facilita l'entrada d'El Punt a Barcelona?

No. Jo sempre he defensat que en el nostre procés els factors importants són els interns: quins recursos econòmics i, sobretot, humans tenim, etcètera. Els factors externs són molt variables. Tenen importància i hi hem d'estar amatents, però crec que no tenen cap transcendència significativa. A més, el nostre projecte no està fet amb l'antífesi de qualsevol altre diari en llengua catalana sinó tot al contrari. Sigui com sigui nosaltres no anem amb la intenció d'ocupar l'espai de l'*Avui*.

Quin és, doncs, el perfil de lector que preveu per a El Punt a Barcelona?

És difícil de predir, perquè Barcelona és un mercat molt complicat; no hi ha projectes de premsa diària que hagin reeixit en els últims anys. Ara veurem què passa amb els gratuïts, però pel que fa a premsa diària de pagament l'últim projecte reeixit és el d'*El Periódico* i estem parlant de més de 20 anys. En aquest espai de temps hi ha hagut temptatives de tot tipus: en català, en castellà, d'unes i altres ideologies, diaris sensacionalistes, seriosos, i cap no ha tingut èxit. En primer lloc, nosaltres hem de pensar que no creem un diari nou, i aquest és un element important. Nosaltres tenim darrere set empreses de premsa de dimensions molt diferents però que tenen un històric de fins a 24 anys

de vida i que han aconseguit fites que ens donen confiança per plantejar aquest nou projecte.

Però Barcelona no té tradició de premsa local diària...

És cert que el cas barceloní no és tan clar com en un territori com Girona o Lleida en què els diaris quedaven molt lluny i que per tant hi havia un espai per ocupar que era la informació local. És cert, però la informació local a Barcelona no l'està cobrint del tot ningú. Ni *La Vanguardia*, ni *El Periódico*, ni l'*Avui* no estan fent el que fan els nostres diaris locals en els seus territoris.

Tenint en compte que el nombre de lectors de premsa decreix, sembla difícil assegurar la viabilitat del projecte si no es compta amb esgarrapar lectors d'altres capçaleres.

Potser captarem una altra part de descontents, però tampoc no podem oblidar que si comparem l'OJD del 96 amb la del 2001 de *La Vanguardia*, *El Periódico* i l'*Avui* i la segmentem i comparem només la venda al quiosc veurem que entre tots tres han perdut 100.000 exemplars de venda. Després aquesta difusió s'ha recuperat en subscripcions col·lectives, etcètera. Per tant aquí hi ha una demanda, en què deuen haver influït els gratuïts entre altres mil raons, una de les quals deu ser que els tres models estan deixant franges, escletxes i nínxols de mercat... Una altra cosa és si nosaltres sabrem ocupar-los.

Quina tirada de sortida preveu?

Ens considerariem ben pagats si, un cop tancada

«Jo tinc discrepàncies absolutes sobre la validesa de l'expressió 'periodistes de fonts' perquè, precisament, ells encarnen l'altra part del muntatge».

aquesta operació, la suma de tots els exemplars de COMIT ens situés d'una manera clara com a tercer diari de Catalunya darrere de *La Vanguardia* i d'*El Periódico*. Per tant estem parlant d'uns 60.000 exemplars.

Seria un tercer lloc, però molt poquet per sobre d'El País, en aquest cas...

Sí, seriem el tercer diari, freqüent amb *El País*. Evidentment, nosaltres preferiríem els 70 o els 80 que no pas els 60, que això sí que ens diferenciaria clarament.

Restant les tirades actuals de les capçaleres que ja existeixen, això significa uns 16.000 exemplars per a El Punt Barcelona.

No estem en èpoques de grans xifres ni de grans somnis. Nosaltres hem posat en marxa edicions per vendre 500 exemplars, a Rubí, per exemple. En aquests moments, aconseguir un lector de premsa de pagament no diré que sigui una epopeia però sí que té bastant d'èpica i per tant fer números més enllà d'això, jo que porto més de 20 anys en la professió...



El sector lamenta la pèrdua de lectors. A quines causes ho atribueix?

Jo crec que n'hi ha moltes, no n'hi ha una de directa. Ara em toca fer gestió, però jo vinc del periodisme i crec que en finalment la causa més important de totes és que en els anys noranta les empreses han primat massa els departaments de màrqueting i han aprimat excessivament les redaccions. Hem deixat de fer periodisme i hem passat a fer una altra cosa. No vull entrar en la polèmica de si el periodisme català és menys agressiu que el de Madrid. Si a això hi afegim un factor extern que és això que ara en diuen els "periodistes de fonts" i que acaparen un munt de llocs de treball que s'han creat els últims 10 anys...

Els indicadors del sector apunten que, en el futur, el 40% dels nous llocs de treball serà per als anomenats periodistes de fonts...

Doncs jo tinc discrepàncies absolutes sobre la validesa de l'expressió "periodistes de fonts" perquè, precisament, ells encarnen l'altra part del muntatge. És a dir, allà on nosaltres hem d'anar a gratar amb menys recursos, tenim enfront els recursos gairebé il·limitats dels gabinets de premsa. Si es vol anomenar "periodistes de fonts" la gent que té com a funció administrar i subministrar un tipus d'informació determinada i aturar-ne un altre, que es diguin com vulguin, però que facin un col·legi a part, perquè crec que la funció és totalment diferent. Per mi, això no és periodisme.

Doncs cada vegada més marquen ells les agendes informatives...

Sí, i encara s'hi podria afegir un altre problema molt important, que és el del mimetisme. Voltes per les re-

daccions i et trobes que tenen la ràdio posada, llegeixen tots els diaris, tenen la tele engegada..., pot arribar a ser molt pràctic però, al final, tot s'assembla molt i tot acaba donant la mateixa visió. Jo penso que el periodisme és selecció. Al final, tu el que estàs fent és crear un entorn en què un tipus de lector se senti còmode i li sembli que tu li transmetis la realitat de la manera que li interessa.

Ja que parlem de les transformacions en l'ofici, què n'opina dels anomenats "media-workers", aquells redactors que sí que treballen en un diari però que la seva funció és digerir notes de premsa i reelaborar-les. Són tasques més properes a l'edició de textos que a allò que tradicionalment, o bé romànticament, s'entén per periodisme.

És exactament això! Quan acabes veient que el 70 o el 80% de la feina que fas és anar a toc de xiulet d'algué... Això ho han descobert les institucions i les empreses privades potents i hi dediquen recursos. Qui té diners marca la gent, i els altres no se'n poden sortir. És el cercle tancat en què ens movem i tots acabem allà mateix, amanit sobretot amb una gran por, que hi ha a les redaccions, a les direccions i a les empreses de fer un plantejament diferent.

Però qui serà el primer en penjar el cascabell al gat?

Sempre és més segur fer una cosa que ja se sap que funciona, i tots acabem fent el mateix. Per exemple, la qüestió de les promocions. Ja fa 5 anys que tothom ha vist que això no servia per allò que en principi es va dir que serviria, que era fer créixer difusions, generar lec-

tors, crear fidelitats... *La Razón* ja hauria desaparegut si no fos per la injecció de diners que té de fora de mercat. En aquest sentit em sembla molt més net com ho han solucionat els gratuïts: "tirarem tants milers d'exemplars, farem el diari més petit, el regalarem, intentarem anar a viure de la publicitat..." Em sembla més net. Les estratègies de rebaixar el preu tampoc no han funcionat..., al final jo crec que en algun moment descobrirem que el problema de la premsa en aquest país és que hem desvirtuat allò que feiem al principi: el periodisme.

I, en aquest marc, quina és l'evolució que preveu per a la premsa comarcal?

El que és clar és que amb la premsa local vam crear molts lectors nous, quan vam aparèixer a finals dels setanta i durant els vuitanta. Després hi ha hagut un estancament. Si s'ha produït un augment de difusió de premsa local és perquè s'han ocupat nous espais i han sorgit nous títols. Ara el creixement no és el que era i, per tant, alguna cosa passa.

Quina?

Doncs el mateix que dèiem abans: l'entorn ha canviat. En els anys vuitanta quan hi va haver una sèrie d'empreses que vam apostar per la informació local, allò era novetat, igual que era novetat la llengua, i no més era novetat sinó que hi havia una demanda. Si l'edició del Barcelonès Nord l'haguéssim començat en el seu moment, tal i com vam començar la de Girona, no n'hauríem venut ni un. En canvi, a Girona l'any 79, l'any 80 i el 81 ens els treien de les mans, i l'any 83 o 84 ja vam donar una primera difusió certificada per l'OJD per sobre dels 6.000 exemplars. Això ha canviat radicalment, ara hi ha ràdios locals, un munt de revistes locals, la informació circula i per tant ja no hi ha cap mancança d'informació local. La fórmula als noranta i al 2000 no pot ser la mateixa que als vuitanta, i per això de mica en mica anem reciclant el model.

Reciclant el model i també professionalitzant-lo.

Tampoc no són iguals les estructures retributives d'aquell moment i les d'ara, cosa que posa el llistó molt més alt a l'hora d'engegar un projecte. En aquell moment es van posar en marxa diaris, alguns que han reeixit, amb un o dos professionals i tota la resta eren *amateurs* que a finals de mes si es podia se'ls pagava alguna cosa i si no, no. Això va durar gairebé cinc anys. Tot això ja no pot funcionar d'aquesta manera.

Aquesta defensa del periodisme genuí és molt lloable, però *El Punt* elabora la informació general sobretot a partir d'agències. No va això en contra d'aquesta idea del periodisme que voldria rescatar?

Un el que ha de fer és tenir un equilibri en els recursos i en allò en què es vol adreçar. Quants diaris, i alguns que no tenen la pretensió de ser locals, fan la informació general només amb una font? És cert que nosaltres la informació del món la fem bàsicament a partir d'agència. Nosaltres no volem ser competitiu amb la

informació del món, volem ser complementaris amb la informació del món. Jo el que dic és que en el grup COMIT tenim més de 300 periodistes treballant Catalunya, i això no ho té ningú. Aquesta informació que fins ara l'hem mantingut segmentada en unes dimensions en uns territoris molt petits, perquè a més hem fet un procés industrial que ens permet treballar amb tirades molt petites, donar-li una altra dimensió i posar-la en un altre nivell. A això sí que hi estem dedicant més recursos.

Voldria aprofundir també en afers lingüístics. Ha comentat que avui dia el català ja no és el tret diferencial que podia ser l'any 79. De tota manera, semblava que la normalització lingüística havia d'augmentar de manera sostinguda i en conseqüència també el nombre de lectors en català, i en canvi les xifres no han pujat com s'esperava. Quina creu que pot haver estat la causa?

Jo no els esperava, aquests lectors, i per tant no em provoca cap factor de sorpresa. Crec que arriba un moment que un no pot militar en el tema de llengua, les coses van per un altre camí: si fem productes en català realment alternativament vendrem. Hem de tenir en compte una altra cosa. El que no creix és el mercat de lectors de premsa i la fidelitat del que ja compra al seu diari és molt alta. Aquest és un tret diferencial del sector. Per tant, fer passar algú d'un diari en castellà a un diari en català és complicat, perquè hi ha més coses que la llengua. El cas és que no aconseguim trobar elements per crear nous lectors ni en català ni en castellà. Hi ha més gent que domina la llengua, sí, però hem de pensar també en el factor preu. Al final el diari, un euro cada dia i dos el diumenge sembla que no és res, quan es compta a final d'any el preu són 68.000 pessetes. Si ara segmentem la gent de menys de 30 anys, que serien els que teòricament s'haurien d'haver incorporat com a lectors en llengua catalana, no m'estranya que no comprin diaris. Per contra, l'esperança de vida s'ha allargat 10 anys.

«En la primera meitat del segle XXI, no serà tan important per a una nació tenir un estat com disposar de mitjans de comunicació propis».

També m'agradaria parlar d'estratègies de diversificació, un dels processos clàssics que han emprès molts mitjans. El cas d'*El Punt* és atípic, perquè no s'han volgut endinsar en negocis de ràdio i televisió. Hi ha una vocació empresarial clara dirigida a la premsa o és perquè no hi ha hagut l'ocasió?

Si parlem d'*El Punt* hi ha dos plans molt diferenciats, un abans d'integrar-nos a COMIT en què nosaltres teníem molt clar que no volíem diversificar ni en ràdio ni en televisió perquè enteníem i entenem que són sub-

sectors molt diferents i que totes aquestes famoses sinergies entre la ràdio i la televisió només serien vàlides si tinguéssim una altra dimensió. Amb la nostra dimensió dins del subsector de premsa nosaltres no hem fet fàstics als gratuïts, i estem amb gratuïts des de fa molts anys, des de fa més de 10 anys i dins d'*El Punt* representen gairebé el 25%.

Són gratuïts, però poc informatius...

Tot és una qüestió d'equilibri. Hi ha ciutats d'Europa en què davant de la irrupció dels gratuïts els diaris convencionals de pagament han fet la seva pròpia versió en gratuït i estan remetent contínuament al diari de pagament. Nosaltres estaríem molt més en aquesta línia. No ho hem fet perquè no podem estar per tot, però és cert que mentre *El Punt* anava per lliure teníem molt clar que ni a curt ni a mitjà termini no entraria ni en ràdio ni en televisió, primer perquè entenem que no són el mateix mercat i que les sinergies no són tantes com diuen, i segon perquè entenem que en una altra dimensió es podria fer però nosaltres no estàvem preparats. A més, tinc els meus dubtes sobre les vinculacions d'un grup de premsa amb altres mitjans, perquè han provocat una transformació important dels mitjans originals, i han portat unes contradiccions a dins. És molt difícil que les empreses mantinguin la independència sobre algunes coses en les quals tenen interessos forts. Des del dia que PRISA va entrar a la SER, després va crear el Plus, que va suposar canviar el criteri de selecció de les pel·lícules que donaven a les pàgines de televisió... Una cosa ben simple, és cert, però després n'hi podem anar afegint un munt fins a arribar al tractament informatiu de tota la guerra de les plataformes digitals que veïem en un



diari que per mi havia estat model de professionalitat, independentment de la ideologia que hi ha al darrere.

El preu de la diversificació ha estat doble. No només s'ha posat en entredit la seva independència periodística a partir d'aleshores, sinó que sovint alguns mitjans que eren autèntiques màquines de fer diners han començat a patir sangoneres...

Són els dos perills. Per mi el mercat era molt prim, i com que aquí el que hi havia era una estratègia de posicionament més que probablement de diversificació empresarial feta des d'un punt de vista estrictament financer, és clar, hi ha hagut experiències que han posat en perill el vaixell insígnia del grup. I les que veurem, segurament!

M'agradaria que fes una valoració d'aquests any i mig a COMIT, sobretot de les tres publicacions que han estat insígnia; d'una banda el *Presència*, de l'altra *El 9 Esportiu* i finalment l'acord a què es va arribar amb *Dossier Econòmic*.

Jo sempre dic que COMIT era una situació a què estàvem condemnats, ja l'havíem provada l'any 90, tot i que els socis no eren exactament els mateixos. Hi ha una cosa a què no estàvem disposats a renunciar, per molt pragmàtics que fóssim, que eren uns mínims, com la vocació de fer mitjans en català

I des d'un punt de vista empresarial?

Vist des del punt de vista estrictament econòmic la gran aliança de la premsa local hauria sigut que *El Punt* no s'hagués mogut de Girona i que s'hagués aliat amb *El Diari de Tarragona* i amb el *Segre* de Lleida; en aquell moment en què ho vam provar, l'any 90, no hi havia ni *El Diari de Tarragona* ni el *Segre* després el *Segre* va fer el pas al català. Llavors haguéssim estat diaris líders en les nostres províncies. Però tot això no s'ha fet només des d'aquest vessant estrictament financer i empresarial. Aleshores vam tenir la paciència suficient per esperar que es donessin les condicions per poder tornar-ho a enfocar.

Han estat sorpresos per l'èxit?

Encara no fa un any i mig a totes les tertúlies, ponències i debats a l'entorn d'aquest tema s'assegurava que no era viable posar en marxa un diari d'esports en català. Ara el que es diu és que *El 9* no és ben bé un diari d'esports en català perquè l'edició que encarta és més prima que la que es ven... Tot això ja ho anirem solucionant, només dic que fa un any i mig no era possible fer un diari d'esports en català, avui hi és i no perd diners, té 25 periodistes treballant-hi... Jo sé que no puc dir amb la boca grossa que som els líders del periodisme esportiu perquè encartem amb el *Segre* amb *El Punt*, i que per això arribem a tenir tanta tirada...

...però i de venda al quiosc?

No arribem als 4.000 exemplars, però estem per sobre dels 60.000 de mitjana gràcies a aquests encartaments, i la resta ja l'anirem solucionant. Una cosa que



era impossible fa quatre dies, gràcies a l'entorn COMIT, gràcies a una mica d'imaginació, l'hem pogut posar en marxa i va evolucionant positivament. La redacció inicial es va incrementar el setembre amb un 33% més de personal, s'ha augmentat en paginació i color..., ja en parlarem d'aquí 5 anys. No ens enganyem: si el mercat de premsa general està saturat i ja no hi cap ningú, el de la premsa esportiva té dos monstres molt implantats que estan en mans de dos grups molt potents i això no és senzill. En tot cas, hem certificat que hi havia espai per a un diari d'esports en català i encara tenim tota la vocació d'acabar sent líders.

Probablement la posada en marxa d'El Punt a Barcelona encara accentuï més la percepció que es té del diari com a encartament.

No, perquè a partir de ja relancem tot el projecte, compatibilitzant les dues coses, fins ara només érem al quiosc en aquells llocs on no teníem diari associat, aquesta serà una situació que amb la sortida a Barcelona deixa de produir-se, ara hi haurà diari associat a tot arreu i per tant no descarto que anem a un procés a la inversa, que algun dia aquest diari no s'encarti, i potser en aquesta edició de Barcelona no s'encartarà i només serà al quiosc en versió de 40 pàgines.

En tot cas el mercat publicitari encara ha d'acabar de reaccionar, hi ha una ocupació publicitària molt petita en el cas d'El 9...

En el cas d'El 9 hi ha, i he d'agrair-ho públicament, la complicitat buscada i treballada pels nostres departaments comercials fins i tot ja abans de la sortida d'un munt de gent. No hem entrat en un circuit comercial ni hi entrarem en 2 o 3 anys, però això ja s'ha de saber quan es posa en marxa un projecte. L'economia va al ritme que va i no al que tu vols.

I pel que fa al Dossier Econòmic?

Ni en el moment de l'acte fundacional de COMIT a Granollers no l'intuíem, no el teníem ni planificat i va sortir després, perquè anteriorment ja hi havia hagut contactes per part de l'editor de *Dossier* amb alguns socis de COMIT i es va posar al damunt de la taula. Cap dels diaris no tenia suplement econòmic i ara tots en tenim un de molt decent els dissabtes. L'objectiu bàsic de COMIT és impulsar projectes o reformar-los per acabar podent conformar un gran grup de comunicació potent, en el sentit de amb capacitat per enfrontar reptes importants, independent i arrelat al país.

Això recorda molt al lema d'“independent català comarcal i democràtic” amb el qual van fundar El Punt.

Sí, sempre estem una mica a l'entorn del mateix. Crec que al s. XXI serà molt important en mans de qui estan els grups de comunicació i no cal ser massa profeta per pensar que si les coses no canvien radicalment de rumb d'aquí a 5 anys no quedaran en mans del país més que els mitjans institucionals. Durant la primera meitat del XXI, no serà tan important per a una nació tenir un estat com disposar de mitjans de comunicació propis. Però els esdeveniments porten un altre rumb. D'aquí a quatre dies, la propietat dels mitjans com a molt a prop serà a Madrid, i aquest és un problema gravíssim. La raó final de tot aquest tema de COMIT és aquesta; podríem subsistir anys i panys com a mitjans petits, tota la vida, però tard o d'hora no resistiríem el procés de concentració o el que és pitjor, no tindríem cap notorietat més que en cercles molt reduïts. Però l'objectiu de COMIT és aconseguir ser referent en el país, entès en la seva globalitat, i tenir potència per poder-lo defensar amb força empresarial davant d'altres projectes i poder-lo, fins i tot, exportar.