



Informació sense ànim de lucre

Crisi als mitjans de comunicació

A FONS PÀGINES 1 a 3



Raquel Rolnik

“Una casa digna no són quatre parets”

MIRALLS | ENTREVISTA PÀGINES 4 i 5

SETMANARI DE COMUNICACIÓ

DIRECTA



d N264

7 de març de 2012

www.setmanaridirecta.info · 1,70 euros

LES COMUNICACIONS ENTRE ELS COMANDAMENTS POLICIAIS EL 27 DE MAIG A PLAÇA CATALUNYA

“O generem pànic o no els traurem d'aquí”

MIGUEL HERMIDA
Inspector de la Brigada Mòbil

> La prioritat de l'operatiu era desmantellar l'acampada

> La policia es va retirar desbordada per la protesta



ALBERT GARCIA

AIXÍ ESTÀ EL PATI · PÀGINES 7 i 8



ROBERT BONET

Dones precàries: la lluita per una vida digna

AIXÍ ESTÀ EL PATI · PÀGINA 10



Els tentacles obscurs d'Endesa a l'Amèrica del Sud

ESTIRANT DEL FIL · PÀGINES 2 i 3

La Intifalla denuncia la corrupció enmig de la mascletà

AIXÍ ESTÀ EL PATI · PÀGINA 11



Els rebels estenen la revolta siriana a nombroses ciutats

RODA EL MÓN · PÀGINA 15

En la crisi del periodisme, una esperança

A conseqüència de la crisi que arrossega el negoci periodístic des de finals del segle passat, sobretot a partir de la consolidació d'Internet, diversos grups de periodistes s'han unit per impulsar mitjans de comunicació sense ànim de lucre. La bona acollida d'aquesta nova manera de fer periodisme s'ha materialitzat, aquests dos últims anys, en forma de reconeixements i premis. No obstant això, per arribar a l'excel·lència, el periodisme no lucratiu encara ha de resoldre alguns problemes. El primer: compaginar la sostenibilitat econòmica amb la independència absoluta.

Marc Espín. Traductora: Laura Quero
afons@setmanaridirecta.info

era de Roma. El que no deia és que va ser l'única ciutat on hi va haver incidents violents.

El mateix dia que la Cimera europea decidia la bateria de mesures que canviarien per sempre la nostra sobirania respecte les polítiques econòmiques nacionals, la notícia més llegida del diari *Ara* era "De la premsa rosa a la crònica negra: les 5 incògnites que assetgen la família reial" i, a *La Vanguardia*, "Bebe presenta el seu nou disc a la premsa: *Que os fallen bien a todos*". Les notícies importants han quedat relegades a un segon pla per l'espectacularitat i la morbositat d'allò anecdòtic, d'allò banal. "Els temes frívols són els que atrauen més lectors", confessava Carles Capdevila, director del diari *Ara*, en una conferència celebrada a mitjans de l'any passat a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). El criteri de selecció de notícies basat en la lògica econòmica –més lectors, més ingressos– no contribueix a millorar la qualitat del periodisme.

Els exemples esmentats són conseqüència de la dependència econòmica i política que els mitjans d'informació espanyols arrosseguen des de finals del segle passat. Aquesta dependència afecta seriosament la qualitat dels seus continguts.

Reaccions davant la crisi del periodisme

Com a reacció davant d'aquesta crisi de qualitat informativa, a Internet, han proliferat una gran varietat de projectes alternatius: mitjans de contrainformació, periodisme ciutadà, webs de filtracions, periòdics de blocs, etc. La xarxa ha obert la producció a agents que abans es vetaven; avui, qualsevol pot informar. És precisament per això que cal diferenciar els diversos tipus de projectes alternatius.

Els més interessants –i necessaris per a la societat– són els projectes periodístics professionals que seleccionen els continguts pensant en l'interès públic. Aquells que són crítics amb el poder, que són rigorosos i independents i que no es mouen només per interès econòmic.

No és fàcil trobar un terme precís per descriure aquest tipus de periodisme. Montse Santolino, responsable de comunicació per al desenvolupament de la Federació catalana d'ONG per al Desenvolupament, parla de comunicació per al desenvolupament o per al canvi social. Mar Vallecillos, periodista vinculada a diversos projectes de comunicació alternatius, s'estima més parlar de periodisme crític o de mitjans de contrainformació. "Al final, quan parlem de periodisme crític, parlem de bon periodisme", afirma.

Potser l'única manera de garantir el bon periodisme és que els mitjans d'informació renunciïn al benefici. Santolino reconeix que els interessos econòmics els controlen i denuncia que "a Espanya, falta finançament sense control polític". Per aquest motiu, el periodisme sense ànim de lucre no s'ha de confondre amb els mitjans públics. Malgrat l'ambigüitat de la denominació,

Quaderns d'Il·lacrúa 97



DIRECTA 264

7 de març de 2012

IL·LUSTRACIÓ:
Cristina Spanó



MIRALLS
Raquel Rolnik

"Existeix un únic model dominant, la propietat privada individual de l'habitatge"

pàg. 4 i 5

TRANSFORMACIONS
Tallers sobre sexualitat i violència de gènere per a persones joves

pàg. 6 i 7



existeixen diferències importants. La fórmula ideal d'aquests mitjans –també anomenats comunitaris o del tercer sector– és la de constituir-se com a organitzacions sense ànim de lucre, ser transparents amb els comptes, renunciar a la publicitat i a les subvencions públiques i buscar finançament a través d'una àmplia xarxa de sòcies donants o de subscripcions estables. Com més s'aproximen a aquest ideal, més gran és la seva independència.

A Catalunya, el setmanari que tens a les mans és un dels representants del periodisme crític i no lucratiu. Va néixer fa només cinc anys i va arribar a Internet l'estiu passat. Els punts clau de la seva independència? Renunciar al benefici i haver forjat un model sostenible mitjançant l'equilibri de les diferents fonts d'ingressos: publicitat seleccionada, la venda de setmanaris en paper, la subvenció de la Generalitat a les publicacions impreses en català i una base de 1.300 persones subscriptores. Part del seu èxit es deu, segons Vallecillos, a la unió de la DIRECTA i la revista *Illacrua*. "Els mitjans crítics han de continuar amb aquest procés d'unió per fer-se més forts", aclareix la periodista.

A l'Estat espanyol, hi conviuen diversos projectes de comunicació crítica com la publicació *Diagonal*, nascuda el 2005 de la mà d'un grup heterogeni de professionals i activistes de la comunicació i basada en una gran xarxa de subscriptores i col·laboradores, o el portal Periodismohumano, que el mes de març farà dos anys i que no ha parat de rebre premis. Un dels últims va ser l'Emilio Castelar a la Defensa de las Libertades, que va guanyar el seu director, Javier Bauluz, per impulsar el mitjà. "No ens deixaven publicar allò que volíem als mitjans tradicionals, per tant, un grup de periodistes ens vam unir i vam crear un projecte propi". Bauluz explica d'aquesta manera el naixement de Periodismohumano, que es defineix com "un mitjà de comunicació amb un enfocament basat en els drets humans i sense ànim de lucre".

La transformació del periodisme de masses

Moltes de les professionals veteranes, el propi Bauluz, Maruja Torres i d'altres, reivindiquen amb melangia el periodisme de les dècades dels 70 i 80 argumentant que, llavors, a la direcció dels diaris, es renunciava amb freqüència a publicar determinades notícies si no complien amb uns mínims de veracitat, rigor i qualitat informativa. El *Watergate* és d'aquella època: un escàndol polític d'escoltes il·legals que va ser destapat per dos periodistes d'investigació del *Washington Post*. Aquest fet va obligar el president dels Estats Units Richard Nixon a dimirir. Aquell triomf periodístic ha esdevingut el símbol d'una època en què els mitjans d'informació eren capaços de mantenir l'equilibri entre la recerca de beneficis i la seva funció social.

“Gràcies a Internet, informar ja no és una competència exclusiva dels grans mitjans”

Però, en algun moment dels 90, el poder econòmic es va fer amb el control dels mitjans. Des de llavors, com va dir Kapuscinski, "l'imperatiu del benefici ha reemplaçat (...) les exigències cíviques prioritàries". Així comença la crisi de qualitat del periodisme tradicional.

Rosa Maria Calaf, reportera catalana i excoorresponsal de TVE, ha denunciat des de fa anys a entrevistes i seminaris que la premsa ha deixat de servir a la comunitat per servir-se d'aquesta i que la informació s'ha convertit en un espectacle. Només cal recordar el tancament de CNN+ i la seva substitució per Gran Hermano 24 hores: espectacle 1; informació 0.

A l'última gala dels Ondas, Jordi Évole va reivindicar un periodisme televisiu "allunyat de les trinxeres", en què les professionals siguin "més que la xifra

Robert Bonet

d'audiència". La seva intervenció suscita preguntes: on queden els valors?, què passa amb la funció social del periodisme?

Internet: trampolí dels mitjans no lucratiu

Els mitjans del tercer sector no són nous. Laura Bergés, subcoordinadora de periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona, diu que, a l'Estat espanyol, "existeixen mitjans comunitaris des de finals dels 70. Van començar a Internet a mitjans dels 90 i es van estendre definitivament a començaments del nou segle". La xarxa, segons Bergés, "ha permès trencar les barreres físiques que abans impedien als grups d'interès unir-se més enllà d'un territori reduït".

Internet no només permet arribar a qualsevol part del món de manera immediata, sinó que, a diferència de la televisió, la ràdio o dels mitjans d'informació impresos, és un canal gratuït. Aquestes facilitats han permès que grups de periodistes sense una base financera i sense una gran estructura empresarial hagin pogut impulsar mitjans independents capaços, en alguns casos, de plantar cara als grans grups tradicionals.

Wikileaks i Propublica són dos dels projectes no lucratiu que estan tenint una repercussió important a escala mundial. La web de filtracions de Julian Assange va posar en escac el govern dels Estats Units quan va publicar milers de documents secrets que revelaven el joc brut de la primera potència mundial. Tot i que no és exactament periodisme –no tracta la informació i aixeca controvèrsies en relació amb la desprotecció de les seves fonts–, el fenomen Wikileaks ha marcat un abans i un després en la història del periodisme.

La idea, segons explicava el periodista Enric Borràs en un article publicat en aquest setmanari, és senzilla: "Reben informació i la publiquen". Els temes que tracta Wikileaks són polítics, diplomàtics, històrics o ètics. Borràs esmentava altres portals que

han seguit la seva línia: Openleaks.org, Tradeleaks.com, Indoleaks.org, Ruleaks.net, PPleaks.com, que buscava evitar el retorn del Partit Popular al govern, o Mini-leaks.com, una iniciativa de dos pamplonesos que busca "destapar petits abusos".

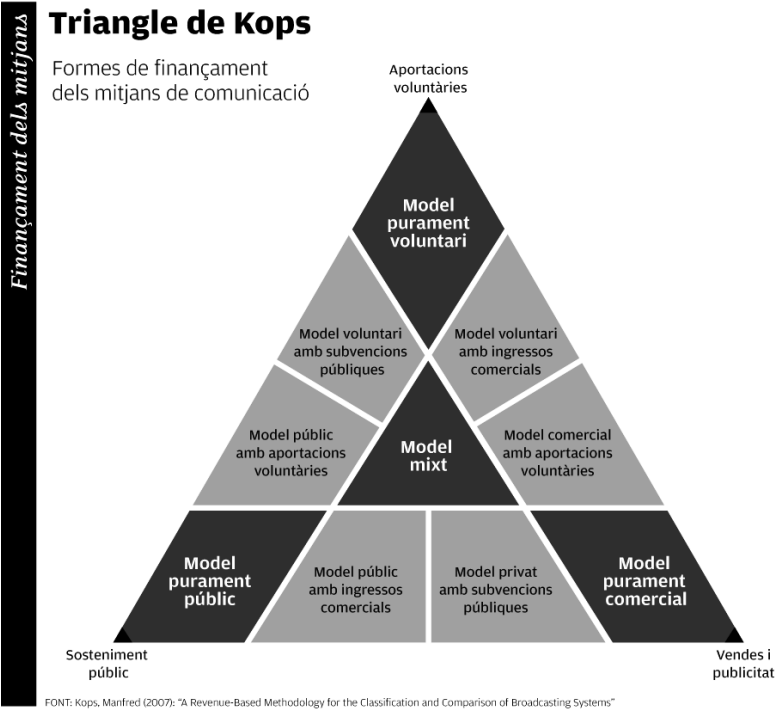
Propublica va néixer el 2008 com una agència d'informació en línia especialitzada en periodisme d'investigació que distribueix els seus continguts entre alguns dels diaris més importants dels Estats Units. A la web, aquesta agència anuncia que la seva funció és "vigilar de prop els poders polítics i econòmics" del seu país i assegurar que no cedirà a les pressions. "Seguim la tradició del periodisme com un servei públic per estimular canvis polítics". Aquesta és la frase que resumeix la seva filosofia; i sembla que funciona perquè ja ha guanyat dos Pulitzer consecutius, els premis més prestigiosos del periodisme.

Propublica, Wikileaks i Periodismohumano són, per a Montse Santolino, iniciatives que s'assemblen perquè se centren en temes socials i aprofiten la força de la xarxa perquè tot se sàpiga. Gràcies a Internet, informar ja no és una competència exclusiva dels grans mitjans. En qualsevol cas, Vallecillos creu que el periodisme crític no ha sabut aprofitar tot el potencial de la xarxa. Bauluz hi està d'acord: "Avui, és quan hauríem de fer el millor periodisme i, tot i així, no podem fer-ne de pitjor".

Com fer bon periodisme?

Iñaki Gabilondo diu, al seu últim llibre *El fin de una época*, que la funció principal de la professió és "vigilar el poder perquè no abusi de la societat". Carlos Zeller, professor i investigador de periodisme de la UAB, a *Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática*, defineix el "bon periodisme" com un "bé públic". I explica que la tasca del periodisme ha d'avançar en tres grans àrees: més independència per decidir què és notícia, analitzar i presentar la informació amb tota la seva complexitat i donar vetu als diferents grups socials.

El triangle de Kop



En definitiva, un catàleg de principis tradicionals que han recuperat els mitjans sense ànim de lucre per millorar-los, gràcies, sobretot, a les possibilitats que ofereix Internet: espai il·limitat i gratuït per expressar-se, immediatesa i cobertura internacional.

Els mitjans de comunicació del tercer sector tenen una sèrie de característiques comunes: són crítics amb els poders polítics i econòmics, informen de temes que no sempre estan presents als grans mitjans i els tracten amb profunditat. Pretenen generar una resposta social i, en molts casos, no cobren pels seus continguts. Però, d'allò que més presumeixen, és de la seva independència, que, en teoria, és inherent al seu model de finançament. Com que no són un negoci, els seus continguts no estan condicionats per la quantitat de beneficis que obtindran. En general, no inclouen publicitat ni accepten subvencions públiques, així no estan sotmesos a pressions d'anunciant o grups polítics. I com que no han de mantenir grans estructures empresarials, tot el que recapten ho destinen a fer periodisme. Propublica denuncia, a través de la web, que els mitjans tradicionals acostumen a dedicar només el 15% del pressupost a fer notícies, mentre que ells hi destinen el 85%.

"No hem aconseguit convèncer la ciutadania que una bona informació és necessària per a una bona democràcia"

Debilitats del periodisme sense ànim de lucre

No tot són flors i violes per a Propublica, ja que el seu finançament depèn d'un sol donant, Herbert Standler, un filantrop multimilionari dedicat als negocis financers que, a més, és el president del consell d'administració. Es pot presumir d'independència quan s'està subordinat a un sol donant? El cert és que els mitjans d'informació sense ànim de lucre poden ser qüestionats per la sempre difícil gestió de la relació entre finançament i independència.

Periodismohumano, segons Bauluz, aspira a "dependre de milers de donants, com Metges Sense Fronteres, que té uns 400.000 socis que li garanteixen poder dir o fer allò que vulguin sense

haver de donar explicacions". El problema és que el que entra per aquesta via no és suficient i es veu obligat a buscar subvencions públiques. De moment, es resisteix a la publicitat, però no la descarta —com va fer Propublica l'any passat— si les dificultats pressupostàries continuen.

I és que qualsevol model de finançament que no provingui majoritàriament de donacions o subscripcions pot suposar una pèrdua d'independència per al mitjà. Però hi ha una cosa pitjor: quedar-se curt de recursos. Un mitjà no lucratiu sense un bon pla de sostenibilitat a mitjà termini no pot donar estabilitat a les periodistes, que són el capital més gran de què disposa.

Periodistes i lectores de periodisme sense ànim de lucre

Alesia Martínez, corresponsal de Periodismohumano a l'Amèrica Central, és un bon exemple de com es viu de la professió amb la incertesa de la inestabilitat econòmica, ja que ha de combinar la seva dedicació a aquest mitjà amb una feina a temps complet a un diari de Guatemala. "És l'única manera de guanyar prou per conformar una família, tenir una llar o poder anar de vacances". Alesia no es queixa perquè considera que treballar en un mitjà sense ànim de lucre alimenta la seva "esperança que encara no s'ha perdut del tot la veritable essència del periodisme". Tanmateix, reconeix: "Si les condicions econòmiques d'aquest mitjà fossin millors, potser podria dedicar-me de ple a escriure-hi i això repercutiria positivament, ja que augmentaria la producció i la qualitat dels meus escrits. Tot i així, he de dir que Periodismohumano paga millor els articles que molts dels altres mitjans espanyols, tradicionals o no".

Avui dia, el problema de la precaritat laboral és un factor comú als mitjans —tradicionals i alternatius—, que reper-

cuteix directament en la qualitat de la informació. Com a conseqüència de la reducció d'ingressos, ha disminuït el periodisme d'investigació i, en alguns tipus de mitjans, ha augmentat el percentatge de gent becària a les plantilles. A més, s'han homogeneïtzat els continguts informatius, ja que tots s'alimenten de les mateixes fonts.

En definitiva, l'estat ruïnós del periodisme de masses arriba fins a tal punt que aquests projectes sense ambicions lucratives són, amb les seves contradiccions, una alternativa esperançadora per a la salut de la professió i per a la gent que necessita informació de qualitat. Però, per arribar a la gent, els mitjans sense ànim de lucre han de competir amb els poderosos grups de comunicació en una batalla desigual, no només per una qüestió de recursos, sinó perquè la informació-espectacle, en alguns casos, és molt més atractiva per a l'audiència. Santolino admet que la fôr-

mula del periodisme sense finalitats de lucre és ideal, "però el problema és que no hem aconseguit convèncer la ciutadania que una bona informació és necessària per a una bona democràcia". L'afiliació de la població espanyola a organitzacions no lucratives és només d'un 11%. La britànica ronda el 30% i, als Estats Units, se supera el 60%. A Laura Bergés, també li costa entendre-ho perquè considera que "la gent sí que és conscient del valor que té la informació".

Precisament per la convicció que existeix una demanda d'informació de qualitat, Gabilondo tanca el seu últim llibre amb un auguri positiu: "En aquest moment en què sembla que s'extingeix la visió romàntica de l'ofici per culpa d'una lògica econòmica assassina, els empresaris descobriran —brillant paradoxa— que, en la necessitat social que enclou el periodisme, hi subjau un negoci important".

p2_pintada a un cotxe de catalunya ràdio el 29F, dia de la vaga d'universitats

Robert Bonet

