

# Present i futur del periodisme a Manresa

**REPORTATGE.** La revolució tecnològica, el regnat d'Internet, l'adveniment fulgurant i la puixança de les xarxes socials, la profunda crisi econòmica i la consegüent caiguda en picat dels ingressos publicitaris o l'intrusisme professional són alguns dels ingredients d'un còctel explosiu que fa que el sector del periodisme estigui canviant a marxes forçades.

A Manresa, els mitjans tradicionals resisteixen els embats amb ajustaments de personal i adaptacions tècniques. Es fa difícil fer previsions de futur, però a El Pou ho provem, coincidint amb l'estrena a Manresa de la demarcació de la Catalunya central del Col·legi de Periodistes, que treballarà per aglutinar i defensar la professió.

En números rodons, un centenar de persones treballen avui als mitjans de comunicació de Manresa. No només són periodistes. La xifra inclou publicistes, tècnics, administratius, grafistes, etc. Al conjunt de les comarques que engloba la nova demarcació de la Catalunya central del Col·legi de Periodistes (Bages, Berguedà, Solsonès, Anoia i Cerdanya), hi ha uns 300 professionals de la comunicació, dels quals, però, un nombre important exerceixen en altres sectors o estan a l'atur.

La crisi ha afectat el sector. De ple. "Hem de fer grans esforços per adaptar-nos a la caiguda de la publicitat, general i molt forta", diu Marc Marcè, director de *Regió7*. "Aquí, el primer en què retalla una empresa és sovint en publicitat, a diferència d'altres llocs, com als EUA", hi afegeix Pilar Goñi, directora del Grup Taelus. Baixada molt important de publicitat dita nacional (anunciant de grans marques, als quals per exemple *Regió7* té accés) i de petits anunciant, com botigues, empreses locals. "El sector està trinxat", diu Sergi Vázquez, director de TLB Grup, que és molt gràfic: "A Manresa obre una botiga i els primers dos dies li entren 15 comercials a vendre publicitat. No exagero. El tercer dia ja vas tard". Gonçal Mazcuñán, president de la demarcació central del Col·legi, hi afegeix que "una part del pastís publicitari ha desaparegut dels mitjans: abans teníem els anuncis de motor o immobiliaris. Ara són en portals d'Internet que no hi tenen res a veure. I això ja no tornarà".

Menys ingressos, necessitat d'estrener-se el cinturó: ajustaments de personal i baixades molt importants de salaris. A Manresa no hi ha hagut ERO ni tancaments sonats de mitjans, però sí reduccions dràstiques.

## **Regió7: ajustament substancial**

A *Regió7* (avui propietat del grup editorial Prensa Ibérica) hi havien arribat a treballar més de 100 persones. Ara no arriben a 60. Marc Marcè ho matisa: "Teníem molta gent a jornada parcial. I vam tancar l'edició de l'Anoia, tota la redacció d'allà; i això sol ja vol dir una reducció important". Segons ell, l'ajustament de plantilla "és menor que la mitjana del sector, però significativa. La sort és que vam començar a ajustar-nos des de l'inici de la crisi i ha estat progressiu. Una reducció que ha acabat sent substancial, però no traumàtica com en altres mitjans: hi ha hagut autèntiques carnisseries".

Tampoc les xifres de vendes hi han ajudat: un degoteig "sostingut i dolorós" a la baixa, diu Marcè: de 8.000 a una mica més de 6.000 exemplars diaris de mitjana. "És trist, però també estem millor que la majoria. A més, conservem la immensa majoria de subscriptors, i la venda a quiosc aguanta". I l'audiència mitjana es manté a l'entorn de 45.000 lectors: cada diari el fullegen 7 o 8 persones: llegir-lo al bar és costum nacional.

---

Marc Marcè, director de Regió7

A Internet, la cosa canvia. L'edició digital del diari ha anat creixent fins a 10.000 usuaris únics, explica Marcè. Però aquests no paguen. A mitjà termini, el diari té previst que la seva web funcioni amb un sistema *freemium* ( *free+premium* , una part de franc i una altra de pagament). Segons el director, "aquesta hauria de ser una via per trobar el que és indispensable: una fórmula de finançament dels continguts digitals, que és el model de negoci que el nostre sector sembla que tot just ara comença a trobar amb casos com els del *New York Times* o el *Wall Street Journal* . Tot i així, no tenim una decisió presa en ferm ni sobre la fórmula exacta ni sobre el moment, perquè el mercat evoluciona molt ràpidament i cada pas s'ha d'estudiar en el moment concret". Mentrestant, el diari ara ja avança flaixos de les notícies immediates, que s'amplien en l'edició en paper, una línia "que s'aprofundirà en el futur immediat". Per a Marcè, "el procés d'integració completa suposa que treballem amb la mentalitat que no tenim un únic suport, sinó dos".

### **Mitjans audiovisuals: adaptació necessària**

Pilar Goñi va entrar a Ràdio Manresa el 1978: "Escrivíem a màquina, anàvem amb cintes i cartutxos, tot manual... No és que hagi canviat, és que avui som ja en un altre món". Grup Taelus té presència avui a cinc comarques: Bages, Berguedà, Solsonès, Anoia i Osona. Fan ràdio (Ràdio Manresa Cadena Ser, 40 Principals Catalunya central i Cadena Dial), televisió (Canal Taronja) i premsa quinzenal gratuïta ( *Freqüència* ). El grup és format per 25 persones (20 a Manresa). També els ajustaments hi han arribat: "Hem hagut de prescindir de persones, tot i que no ha estat una gran retallada. I també fer allò que costa però que de vegades convé: treballar més hores pel mateix sou".

*Pilar Goñi a les instal·lacions del grup Taelus*

Ràdio Manresa, amb 80 anys de vida --és EAJ51, la 51a emissora més antiga de l'estat--, avui emet ja també per Internet. Els continguts de Canal Taronja es penjen a la xarxa. I la feina del periodista s'aprofita per als diversos mitjans del grup. Fins i tot es comparteix una part dels continguts informatius amb Televisió de Manresa. A TVM, del grup de *Regió7* , hi treballen actualment 5 persones i també té la programació penjada a Internet.

TLB és l'altre grup de comunicació de la ciutat. Avui engloba una televisió (TLB, que emet també per Internet), emissores de ràdio (Styl FM i Styl Clàssics), un diari digital ( *Elsetmanari.cat* , hereu del diari en paper del mateix nom) i un servei de comunicació corporativa. Mitja dotzena de treballadors i una vintena de col·laboradors puntuals. I la clau: ser àgils, canviar i adaptar-se, explica Sergi Vázquez, el director. "Estem movent molt el tema Internet però és clar que al mercat li costa més invertir en un *bàner* que en una campanya en un mitjà tradicional. Ara la ràdio ens funciona bé, però a la situació econòmica està fatal. Costa molt". Tot i mantenir una oferta informativa, amb butlletins de ràdio i la informació d' *El Setmanari.com* , "diversifiquem els continguts, ens centrem en temes d'oci i festiu, en informació patrocinada... Per tradició mirem de continuar cobrint alguns actes, però també fem productes si trobem algú que ens els pagui".

### **Manresainfo, el sector digital a l'alça**

Amb uns 65.000 usuaris únics mensuals i unes 75.000 visites diàries de mitjana, el portal *Manresainfo* , que va fer 5 anys per Sant Jordi i funciona com a franquícia del grup NacióDigital, s'ha consolidat al panorama comunicatiu manresà. El seu director i únic treballador és Pere Fontanals, que llança una bona notícia: "després de l'estiu incorporaré una altra persona a mitja jornada". De forma modesta, doncs, el mitjà es consolida amb una oferta d'informació gratuïta abundant i en general poc elaborada. Fontanals admet que ja sap quins departaments de premsa li passen la nota més ben escrita i "la puc publicar directament". Per pura qüestió de temps, no pot cobrir el volum d'actes i rodes de premsa i a més portar la part comercial, i es nodreix en bona part de les notes que li arriben. "Tot i que cal verificar l'origen i evitar possibles manipulacions.

---

No tot es pot publicar. És un mitjà gratuït, però oferim informació contrastada i seriosa, versemblant i amb una certa qualitat".

*Pere Fontanals de Manresainfo*

Un dels avantatges és que l'espai a Internet és il·limitat: "En un diari tens pàgines i columnes concretes, a la ràdio uns minuts... A mi no em ve d'unes quantes línies". Un sistema que és difícilment comparable amb mitjans com *Regió7*: "Lògicament no podem competir: ells tenen capacitat d'anàlisi, d'elaborar continguts en profunditat...", però en canvi "crec que quan vam néixer vam fer posar les piles a l'edició digital del *Regió7*". De fet, jo vaig emprendre aquesta aventura perquè el diari no acabava d'arrencar l'edició digital. Potser sona pretensions, però certament es van espavilar. Fins aleshores feien amb prou feines una actualització diària, perquè no tenien competència digital".

En aquest punt, el director de *Regió7*, Marc Marcè, afirma que "respectem molt tots els mitjans que es divulguen al nostre àmbit, els considerem a tots una competència que ha de ser tinguda en compte, i el que fan ens condiciona sempre d'alguna mesura". Fontanals diu que "és clar que som ofertes diferents. Però ens avancem a ells en algun tema. Amb la nostra estructura, crec que és un èxit". En algun cas, fins i tot es retroalimenten, creu Fontanals: "Algú que hagi vist una notícia avançada per nosaltres que li interessi, pot voler ampliar-la i comprar l'endemà *Regió7*".

*Sergi Vázquez, director de TLB*

### **Gabinets de premsa: l'altra banda**

Sovint es parla que els periodistes que treballen al servei d'empreses o institucions són els que han passat al cantó fosc de la professió. Pere Gassó, històric de *Regió7*, va fundar Catpress amb Neus Artigas: "És un periodisme necessari perquè, en les darreres dècades, hi ha hagut canvis importants a la societat, a les empreses, a les institucions, als mitjans... Moltes organitzacions públiques i privades són molt més obertes i han deixat de percebre els mitjans com a adversaris. Saben que deixar d'explicar allò que fas no porta enlloc, com tampoc serveix de res amagar el cap sota l'ala quan hi ha un problema. Un altre element important és que molts mitjans de comunicació no tenen recursos humans per arribar a tot arreu". El seu és periodisme de segona? "sempre m'he considerat periodista, però jo també em pregunto si el que faig és periodisme. El que és segur és que la nostra feina forma part d'un concepte més ampli de comunicació. De fet, a mesura que acaben els estudis noves generacions de periodistes, cada vegada n'hi ha més que ja tenen clar que volen treballar en un servei de premsa o de comunicació. També és cert que molts joves idealitzen la feina a partir dels periodistes més mediàtics o de veure sèries televisives i després, amb el dia a dia, arriba el desencís".

### **Les xarxes: el terratrèmol**

Les xarxes socials han entrat amb força a la societat i han afectat de manera especial el món del periodisme. Avui qualsevol és emissor d'informació. Un telèfon és "una arma", diu irònicament Gonçal Mazcuñán. Però hi ha acord en què no tothom fa periodisme. Mazcuñán ho té clar: les xarxes són una font d'informació que necessita ser tractada amb la visió, rigor, veracitat, honestat i ètica del periodista. Tothom hi aboca de tot, però cal usar-la de manera eficient i convertir el que s'hi diu en missatges verços". Marc Marcè creu que "potser passarà aquest boom exagerat d'aquests anys, quan deixin de ser novetat tot es posarà a lloc". Per a ell, les xarxes tenen una cara divertida, tothom es pot explicar, però una altra de perillosa: "La gent té la sensació de tenir societat informativa, i això pot fer-li creure que ja no necessita mitjans, però és només una sensació. En realitat, una persona que s'informa només per les xarxes està desinformada, que és pitjor que una persona no informada". D'altra banda, diu Marcè, Twitter s'ha convertit en allò que era abans la barra de les tavernes. "Tothom hi diu què li sembla. I aquest és el valor que té, ni més ni

menys. No puc entendre que hi hagi mitjans que li donin altaveu, que diguin frases com 'twitter bull amb tal tema'. Això és antiperiodisme, és tornar a la desinformació, al franquisme, quan es feien textos com 'dixen per ahí, rumors cualificados afirman que...'. Pere Fontanals també recorda que "a Twitter hi ha molta informació falsa. Fins que una persona amb rigor i voluntat de contrastar no doni la informació i la filtri adequadament, no es pot parlar de periodisme". En la mateixa línia, Pilar Goñi afirma que "la feina del periodisme és contrastar. Aportar objectivitat, rigor, anàlisi... Hi ha mil exemples, com les informacions falses sobre la mort de Tito Vilanova o Nelson Mandela, que a Twitter van circular abans d'hora. És impossible obviar les xarxes però la veritat i l'objectivitat l'aporten els periodistes".

I amb tot, "les xarxes són aquí i tenen una gran força", diu Pere Gassó, que defensa que cal fer-ne un ús racional, i requereixen que els professionals de la comunicació les dominin i es formin i reciclin de manera constant.

### Cap on anem

Hi ha periodistes encara en actiu que van entrar de becaris en un mitjà i s'hi jubilaran. Redaccions plenes de periodistes de llarga trajectòria. No és cap secret que això s'acaba. Es tendeix a un tipus de periodisme fet per una persona "autosuficient, algú capaç de captar, tractar i difondre informació en qualsevol format (digital, fotografia, vídeo), una mena d'home-orquestra", creu Mazcuñán. Una persona que "haurà de reciclar-se constantment, tenir inquietud, actitud de recerca, adaptació i innovació constant". Marc Marcè admet que "després de 15 anys de fer pronòstics, ara no em veig amb cor de fer-ne més. Hem vist tantes coses sorprenents, coses que es donaven per certes han estat grans errades... que ara és temerari fer previsions. El que veiem amb certa seguretat és que el futur és a Internet i en dispositius mòbils, però això és molt general i força vague. Caldrà anar veient amb quines fórmules, continguts, formes de pagament...". Fontanals veu un futur digital, però "un mitjà digital no acabarà d'estendre's al conjunt de la societat fins d'aquí 20 o 30 anys. Gent que ara en té 60 o més és poc probable que ja mai faci el salt als mitjans per Internet, i a aquesta gent li queden dècades de vida". Hi afegeix que "qualsevol suport que requereixi una gran estructura de personal anirà reculant. D'altra banda, el que ara sí és una tendència al món d'Internet és l'avenç dels vídeos: amb la millora dels dispositius, ara penjar un vídeo genera molt més trànsit que poc temps enrere. Finalment, és clar que ens encaminem a un predomini del dispositiu mòbil: en dos anys, el 50-60% de les consultes ja no es faran en un ordinador de sobretaula". Sergi Vázquez veu que el sector digital és el futur però, a nivell professional, "la clau és aconseguir que sigui rendible: Internet té un munt de possibilitats, però cal trobar la manera de guanyar-s'hi la vida. A la xarxa funcionen els vídeos virals, imatges, informació lleugera... I els mitjans grans no saben gaire com ubicar-se en tot aquest panorama".

Pilar Goñi també diu que és arriscat fer pronòstics. "No fa tant que vàiem el primer ordinador portàtil, el primer micro sense fils... Tot això semblava revolucionari i ja és antic. Tenim un món hipertecnològic i hipercomunicat, però encara avançarem més: hi haurà mitjans més ràpids, les teles seran a la carta, tot i que també estarem més controlats, sabran què ens agrada i ens faran arribar també publicitat personalitzada. Però potser tots podrem conviure: també semblava que la tele mataria la ràdio o la premsa i tots hem anat fent. Jo auguro futur encara als mitjans tradicionals".

Morirà el paper? Marc Marcè creu que no. "Per l'experiència de llocs amb un mercat d'Internet molt avançat, hi ha un tipus de lector que no vol deixar el suport paper. Hi ha lectors que han anat a la xarxa perquè volen una informació general, no detallada ni aprofundida. En algun moment ens quedarem amb els lectors que volen el paper perquè s'hi senten còmodes, perquè l'experiència de lectura en una pantalla no és satisfactòria, etc. La qüestió és: la massa crítica necessària per fer els diaris es mantindrà? Nosaltres no podem fer un diari de paper per a 1.000 lectors. Si la massa de lectors que no necessiten la qualitat del periodisme de premsa i ja en tenen prou amb mitjans fets a partir de comunicats i poc més arriba al 80%, estem perduts. Però jo estic convençut que la massa de lectors serà suficient per subsistir". Hi afegeix que, a més, la premsa escrita és "encara avui qui posa els temes sobre la taula. La tele i la ràdio informen, fan reportatges, però qui fa aflorar

els temes són sobretot els diaris".

També Gonçal Mazcuñán creu que el paper "no desapareixerà, però es reformularà, es reorientarà, inclourà el valor afegit de la informació feta amb temps i perspectiva. Crec que en 10, 20 i 30 anys continuarà existint, però tindrà un altre rol". Pilar Goñi tampoc no creu que mai desaparegui del tot "el plaer de la lectura d'un diari en paper". I Pere Gassó diu que, com els meteoròlegs o economistes, sovint s'erra en les prediccions, però li agradaria que el paper, així com la ràdio i la tele, convisquin amb els mitjans digitals. I hi afegeix que els mitjans convencionals "també hauran de conviure amb nous models comunicatius més àgils", cosa que farà necessària professionals que facin periodisme corporatiu.

*Gonçal Mazcuñán*

### **Pensar localment**

"Per saber què passa a Ucraïna tenim desenes de mitjans. Per saber què passa a Santpedor només la premsa local", diu Marc Marcè. "Estic convençudíssim que té futur. En llocs que ja van deixant la crisi enrere i on la premsa local té molta tradició, com Suècia, Dinamarca o EUA, aquests mitjans aguanten més els generalistes". Per a ell, un mitjà com *Regió7* "o qualsevol altre de local, amb professionals darrere, amb un periodista que s'entreté a buscar la veritat, a fer gestions, a trucar, a investigar què ha passat, és absolutament necessari per a una societat, és un element de riquesa social i higiene democràtica. Una societat sana ha de tenir la seguretat que se l'informarà del que passa a casa seva. Quan hi ha coses que no es comuniquen, que s'amaguen, proliferen els rumors, la por i la xenofòbia. Les que tenen bona premsa local són societats més confiades, tranquil·les, sanes, democràtiques". Gonçal Mazcuñán usa termes semblants: "La informació de proximitat és la que té més futur i més necessària a la societat d'avui. Justament la demarcació del Col·legi ha de servir, entre altres coses, per defensar la informació de proximitat i cohesionar els periodistes que treballen al territori".

### **El Col·legi**

El 20 de maig passat es va inaugurar la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi, amb Gonçal Mazcuñán de president i seu als antics locals de Fundació Caixa Manresa a la Plana de l'Om. La degana, Neus Bonet, va fer justament una defensa aferrissada de la informació de proximitat. I als parlaments es va remarcar que la demarcació que hi hagi professionals que bum seror es diu periodista. O qualsevol persona s'a informaci canviant a marxés forçades. A Manró ha de servir també per anar creant esquemes mentals que tinguin clar que el país és alguna cosa més que les quatre províncies. Gonçal Mazcuñán diu que es tapa "un buit, un dèficit històric que teníem, acostem els serveis del Col·legi als associats". Serveis com l'assessorament laboral, jurídic o fiscal, formació, borsa de treball, etc. I també ha de servir per posar en valor una professió amb "un cert descrèdit", diu Mazcuñán, "rere els polítics, som els més mal vistos". Potser perquè, com diu Marcè, "qualsevol persona que surt a la tele ja s'anomena periodista. I un periodista és algú que sap buscar, elaborar, comunicar informació". Pilar Goñi denuncia també aquest intrusisme: qualsevol presentador es diu periodista. O qualsevol persona s'atreveix a escriure un text per a un mitjà. Tant de bo el col·legi serveixi també per regular i dignificar la professió". Una professió que gairebé tothom coincideix que té futur. Potser avui ni intuïm de quina manera es comunicarà, però continuarà sent necessari que hi hagi professionals amb esperit crític que destriïn el gra de la palla i expliquin el món. Un quart poder reconvertit, però amb futur per davant.

*El periodista Carles Prats, Gonçal Mazcuñán, Neus Bonet i l'alcalde de Manresa, Valentí Junyent, en la presentació de la delegació territorial*



## **Com serà el periodisme d'aquí a deu anys? EL FUTUR SEGONS ELS PERIODISTES DE LA CATALUNYA CENTRAL**

### **Montserrat Ayala (Repunt Comunicació)**

La feina del periodista no pot canviar mai. Sempre hi ha d'haver algú que pregunti, contextualitzi, relacioni, analitzi... El que canviarà serà la manera com difondrem els continguts i sóc incapaç d'imaginar-m'ho perquè segur que em quedaria curta tenint en compte a la velocitat que canvien les coses. Qui ens havia de dir que desapareixeria el fax?

### **Enric Badia ( Regió7 )**

Deu anys? Una eternitat. M'és difícil fer d'endeví. Després d'una etapa d'alta convulsió per la coincidència de diferents temes, podríem entrar en una fase de progressiva consolidació del món digital i de redefinició del paper. Se'm fa difícil veure una desaparició del paper, però potser sí que desapareixeran capçaleres. Suposo que es mantindrà la fragmentació de l'espai televisiu, tot i que aquí les limitacions tecnològiques també hi juguen, i que hi haurà una progressiva presència del fet informatiu en tots els suports digitals i de telefonia. I un prec: el món de la comunicació tendeix a una atomització i cada individu pot esdevenir un mitjà multimèdia. Aquest procés ens empobreix com a responsables del fet comunicatiu, perquè el producte, sigui el que sigui, s'acaba en les limitacions d'una sola persona.

### **Noèlia Casellas (Catalunya Ràdio)**

Crec que en 10 anys la feina dels periodistes s'atomitzarà, es tendirà a treballar cada vegada més de manera individual. Els mitjans de comunicació tradicionals continuaran, però redissenyats per les noves realitats tecnològiques. La televisió i la ràdio, per exemple, ens arribaran a través de més suports i amb formats més individualitzats. I, sens dubte, les xarxes socials incrementaran el seu paper.

### **Serafi del Arco (gerent comunicació corporativa Seat)**

Valor afegit i anàlisi --enlloc d'exclusiva--, influència --enlloc d'audiència-- i continguts audiovisuals per a mòbils. Sobre aquests tres conceptes gira el futur del periodisme i de la comunicació. No estic segur si la gent pagarà per la informació però sí que les empreses triaran els actors més influents -- siguin periodistes o no-- per referenciar quelcom.

### **Estefania Escolà (Agència Catalana de Notícies)**

M'imagino periodistes massa pendents de les noves tecnologies, sobrepassats per la immediatesa i amb poc temps per recuperar l'essència de la professió. No sé si la televisió, els diaris o la ràdio desapareixeran, però crec que a poc a poc ho fan els periodistes que investiguen, burxen i treballen per una professió de qualitat.

**Ernest Macià (Catalunya Ràdio)**

Amb menys periodistes, i més polivalents. Amb menys diaris de paper, i més de digitals. Amb menys canals generalistes, i més d'especialitzats... oferint continguts --no tant programacions-- a usuaris menys homogenis.

**Jordi Morros ( Regió7 )**

D'aquí a 10 anys res no serà com ara, igual que ara no s'assembla a fa 10 anys. Però no em sé imaginar aquest futur. Així en genèric crec que hi continuaran havent periodistes que treballaran per evitar que sigui una professió amenaçada pels intents del poder de tenir la informació controlada, per les xarxes socials, per l'intrusisme i per l'autocensura, i precisament tot això farà que els mitjans i els professionals siguin més necessaris que mai. Però caldrà veure si hi som a temps.

**Toni Mata ( Regió7 )**

El periodisme no té cap futur en una societat en què la impunitat s'ha instal·lat d'una manera tan ignominiosa. L'ofici té els dies comptats, la indústria periodística s'autodestruïx a si mateixa per mesquina i incompetent davant el repte digital i a la població li és ben bé igual. Quanta gent està disposada a pagar per informació de qualitat?

**Enric Oller (TV3)**

No tindrem diaris i revistes de paper com els que coneixem ara però els nostàlgics també podem fullejar la premsa. Segur que la tecnologia ens ho permetrà, ni que sigui de manera virtual. Guanyarem en immediatesa i interactivitat. L'opinió i els serveis afegits marcaran la diferència. La informació serà més *a la carta* i els fitxatges de determinades signatures perfilaran la tendència del mitjà. Vull pensar que les capçaleres trobaran la manera de guanyar independència en relació a la publicitat i que disminuirà la pressió i les exigències que actualment exerceixen els grups fàctics, les grans empreses i els polítics .

**Salvador Redó ( Regió7 )**

Crec que d'aquí a deu anys la premsa de paper continuarà al quiosc. Probablement haurà de tornar als articles de fons, als reportatges i a una opinió més ben triada que no pas ara. El dia a dia el mantindran les xarxes socials o els accessos a les webs de diaris *on line* , la ràdio i la TV. Es mantindran les redaccions que elaboraran els continguts i que els donaran sortida a través dels diferents suports.

**Jesús Sagués (membre Junta Demarcació Col·legi)**

Crec que el periodisme ciutadà --mitjançant les xarxes socials-- tindrà més rellevància, i això anirà en detriment del rigor informatiu. Els professionals de la informació hauran d'adaptar-se al llenguatge breu i directe, però a la vegada captivador, dels nous mitjans --twitter, facebook i els seus futurs substituïts. El periodisme de fonts --comunicació empresarial i institucional-- anirà incrementant la seva importància.

**Marc Serena ( free-lance )**

La tendència actual fa una mica de basarda. Els mitjans són cada vegada més dèbils i els periodistes vivim més en precari. Em diuen que m'he de convertir en una *marca* i jo m'hi sento molt incòmode. Espero que els lectors siguin cada vegada més exigents i valorin la informació de qualitat, honesta i que ens fa més lliures.

### **Francesc Sòria (TV3)**

Adéu diaris! Hola xarxes socials i benvinguts al pagament per veure! Triarem a la carta els continguts que ens interessin. Comprarem una cursa de motos o una etapa del Tour. I es milloraran les condicions laborals dels periodistes. No poden ser pitjor que les d'ara!

### **Anna Vilajosana (Repunt Comunicació)**

Hi ha qui pensa que no faran falta periodistes perquè qualsevol ciutadà que fa una piulada ho és, i és fals. Sempre caldran professionals que ordenin el soroll informatiu i ajudin a entendre el món amb rigor. L'aparició de les xarxes socials ens ha sacsejat. Els mitjans de paper trobaran el seu lloc, segur. Auguro llarga vida a la ràdio.

### **La tafania sempre té futur**

Xavier Domènech  
Director adjunt de *Regió7*

Una de les definicions més contundents de l'ofici periodístic és aquella que diu: «El periodista és un tafaner intel·ligent». La tafania és consubstancial amb l'ésser humà, és inseparable del *zoonpolitikon*, de l'animal social que som. Viure en societat implica ser curiosos respecte de la vida dels altres, i a mesura que el nostre entorn de referència s'engrandeix, ens calen professionals que fiquin el nas allà on no arribem personalment. Els pobles petits no necessiten periodistes, però quan el nostre poble mental és el món sencer, esdevenen indispensables. En conseqüència, mentre els humans continuem sent com som, l'ofici del periodista serà necessari, i en la mesura en què la nostra curiositat s'orienti a un entorn cada vegada més extens i variat, caldran més i més periodistes.

Una altra definició interessant diu que periodisme és divulgar allò que algú vol mantenir ocult, «i la resta és propaganda». D'ajuntar les dues definicions en surt que el periodisme amb més sortida serà aquell que empaita les alcoves dels famosos: tafania i secret revelat. A les xifres em remeto. La publicació més llegida de l'estat és la revista *Pronto*, i mentre escric aquestes línies, el segon tema més vist de *La Vanguardia* digital, després dels aldarulls de Sants, és que el guanyador de *Supervivientes* es va despullar al plató del programa. Però l'encreuament de



definicions, que sumades donen «tafaner intel·ligent que divulga allò que algú no vol» també es pot aplicar a Carl Bernstein i Bob Woodward, els reporters del *Washington Post* que van destapar l'escàndol Watergate i van fer caure tot un president dels Estats Units: Richard M. Nixon. I segurament la seva feina va suposar una aportació a la Història bastant més rellevant que les fotos de Kate Middleton en topless.

El futur del periodisme és prometedor: cada vegada més gent vol saber més coses que algú amaga. Si les explicarà a la ràdio, a la tele, als diaris de paper, als digitals, als blocs personals multimèdia o a les xarxes socials, és secundari, tot i que als editors, lògicament, els atabala molt endevinar per on aniran els trets.